

BRUNO BARONTINI

**LA INFLUENCIA DE
TEMAS TELEVISIVOS
EN LA FORMACIÓN DE
OPINIÓN PÚBLICA.**

Un estudio sobre los servicios informativos de CPETv Canal 2, y el vínculo con sus asociadas y asociados.

LA INFLUENCIA DE TEMAS TELEVISIVOS EN LA FORMACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA.



Un estudio sobre los
servicios informativos
de CPETv Canal 2, sus
asociadas y asociados.

BRUNO BARONTINI

Índice

1 Denominación del Trabajo Final.....	1
2 Descripción del tema / Problema a Investigar / Producción a desarrollar	1
3 Palabras clave	2
4 Objetivos.....	2
4.1 Objetivo general.....	2
4.2 Objetivos específicos.....	2
5 Vinculación del Problema con el área de conocimiento.....	3
6 Preguntas de investigación	4
7 Enfoques Teóricos / Herramientas teórico - conceptuales	4
7.1 Recepción	4
7.2 Agenda mediática	11
7.3 Opinión Pública.....	13
8 Estrategia metodológica.....	14
8.1 Primera etapa.....	14
8.2 Segunda etapa	15
9 Análisis e interpretaciones.....	17
9.1 Origen de CPETv Canal 2 y programación actual del canal cooperativo	19
9.2 Encuestas exploratorias mediante un muestreo no probabilístico – accidental.....	24
9.3 Temas televisivos: Intereses de CPETv Canal 2, asociadas y asociados.....	33
9.4 Selección de temas televisivos: valoraciones y percepciones	44
9.5 La comparación de dos variables	49
10 Conclusiones.....	56
11 Anexos.....	61
12 Bibliografía	62

1 Denominación del Trabajo Final

La influencia de temas televisivos en la formación de opinión pública. Un estudio sobre los servicios informativos de CPETv Canal 2, y el vínculo con sus asociadas y asociados.

2 Descripción del tema / Problema a Investigar / Producción a desarrollar

Los medios de comunicación producen representaciones de lo que sucede a diario en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana. Las personas, a partir de lo que observan en cada una de las pantallas, construyen significados y formulan opinión pública desde su vinculación con la información que transita por las diferentes tecnologías de la información y la comunicación. Ningún receptor se enfrenta con la mente vacía a los diversos canales de comunicación, por lo que investigar las relaciones que se establecen entre ellas, ellos y los espacios informativos resulta de gran interés para la sociedad.

CPETv Canal 2 es uno de los medios de comunicación de la Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios Públicos de Santa Rosa. Dentro de sus servicios, brinda información diaria a través de dos ediciones: CPE Mediodía y CPE Noticiero Edición Central. Las noticias son compartidas en el canal cooperativo, en sus redes sociales oficiales en Facebook y Twitter, en su canal de Youtube, y también pueden ser visualizadas en la página web de CPE, para llegar de este modo a cada persona interesada en lo que difunde la entidad.

El presente trabajo se plantea como pregunta de investigación: *¿Cómo inciden los temas que se difunden en los servicios informativos de CPETv Canal 2, en la formación de la opinión pública de asociadas y asociados?* La propuesta de Trabajo Final se basa en observar durante un lapso de tiempo determinado los temas noticiosos difundidos por la entidad en sus servicios informativos, y luego consultar a integrantes de la comunidad de Santa Rosa sobre su relación con la información que circula en el medio informativo local. De esta forma, se obtendrán datos que

servirán de gran aporte para el medio televisivo como estudio de recepción, en pos de fortalecer su vínculo con la comunidad local y dar cuenta de un proceso comunicacional en su conjunto.

El abordaje teórico de dicha investigación contará con conceptos claves como “recepción”, “agenda mediática” y “opinión pública”, a través de los autores Gómez Orozco (2006), Morley (1996), McCombs (2006) y Young (1999), respectivamente. Las denominaciones mencionadas constituirán el pilar conceptual del Trabajo Final, a la vez que guiarán y fundamentarán cada una de las etapas del mismo.

3 Palabras clave

Asociadas / Asociados – Recepción - Agenda Mediática - Temas Televisivos - Opinión Pública.

4 Objetivos

4.1 Objetivo general

- Indagar la incidencia de los temas que se difunden en los servicios informativos de CPETv Canal 2, en asociadas y asociados a la entidad.

4.2 Objetivos específicos

- Observar los temas transmitidos en las ediciones televisivas entre el 4 de mayo y 4 de junio de 2018.
- Examinar la vinculación que mantienen asociadas y asociados a la CPE con las noticias que comunica el canal cooperativo.
- Reconocer el nivel de correspondencia entre la agenda mediática de CPETv Canal 2 y la agenda de asociadas y asociados.

5 Vinculación del Problema con el área de conocimiento

La opinión pública sobre diversos temas permite reconocer y analizar las realidades existentes en un determinado tiempo y espacio. Resulta importante, en este caso, indagar acerca de los medios de comunicación a nivel local y su implementación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como nuevos canales para llegar a más personas. A su vez, es relevante conocer las valoraciones de personas que por diversas razones decidieron asociarse a los servicios que presta la entidad cooperativa. Estudios de esta índole ponen en primer lugar la voz y la palabra de la sociedad, como ciudadanas y ciudadanos partícipes de lo que sucede a diario y su proyección en los medios de comunicación.

El presente trabajo brindó la posibilidad a aquella parte de la comunidad que mantiene los servicios televisivos que presta la Cooperativa de Santa Rosa, a que emitan su opinión sobre la relación que presentan con CPETv Canal 2 y los diversos temas noticiosos que se plasman en las emisiones informativas diarias. Se entiende que la prioridad de la asociación es la población de Santa Rosa y alrededores, por lo que realizar un estudio de recepción en materia de comunicación resulta de gran aporte para su análisis, interpretación y reflexión por parte de los propios trabajadores que llevan a cabo la tarea diaria de comunicar.

La propuesta generará bases para futuras investigaciones en pos de reconocer e interpretar las visiones de la comunidad sobre el accionar de una determinada organización solidaria. Las conclusiones obtenidas permitirán llevar a cabo cambios al interior del equipo cooperativo con el fin último de satisfacer las necesidades básicas de asociadas y asociados. Nos aproximamos a la realidad local con visiones y testimonios que brindarán herramientas para optimizar el desarrollo de los canales de comunicación.

6 Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación que dieron inicio al Trabajo Final, fueron las siguientes:

- ¿Cuál es la incidencia de los temas televisivos de CPETv Canal 2 en asociadas y asociados al canal cooperativo?
- ¿Qué temas noticiosos circulan en las emisiones informativas de CPETv Canal 2?
- ¿Cuáles son los temas televisivos de interés por parte de asociadas y asociados?
- ¿Los temas noticiosos que preocupan o interesan a asociadas y asociados, se observan en las emisiones informativas de CPETv Canal 2?
- ¿Existe coincidencia entre la agenda periodística de CPETv Canal 2 y los temas televisivos de interés para asociadas y asociados?

7 Enfoques Teóricos / Herramientas teórico - conceptuales

Inicialmente fue necesario precisar los conceptos dominantes que conformarán el marco teórico de la investigación efectuada. Dentro de ellos, se optó por las siguientes denominaciones: *recepción*, *agenda mediática* y *opinión pública*.

7.1 Recepción

El presente Trabajo Final le permitió a aquella parte de la comunidad de Santa Rosa que se encuentra asociada al servicio televisivo que presta la Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios Públicos, que emitan su opinión sobre la relación que presentan con el medio de comunicación local y los diversos temas noticiosos que plasman en las emisiones informativas diarias.

Según Gómez Orozco (2006), la investigación de la recepción, entendida como un esfuerzo multidisciplinario por comprender de la manera más integral posible las

múltiples interacciones y sus resultados, que se realizan entre segmentos de audiencia siempre situados y referentes comunicacionales (formatos y contenidos significantes), no solamente ha tenido un parto largo y difícil, sino que a lo largo de su existencia (algo más de dos décadas) ha sufrido diversos “devaneos” tanto conceptuales como metodológicos y epistemológicos. Se han requerido muchos estudios concretos y considerable tiempo, así como una buena dosis de terquedad de sus seguidores para que los así llamados análisis o “estudios de recepción” se sacudieran la tutela teórica de otros tipos de estudios y perspectivas de investigación y lograran cierta legitimidad científica e ideológica entre la comunidad de los investigadores de la comunicación y en general, entre los científicos sociales”.

El autor sostiene que no ha sido nada fácil tampoco a lo largo de estos años romper la inercia generalizada de que el polo importante en la comunicación es el emisor, ni la idea convertida casi en dogma de facto, sobre todo en América Latina, de que el contenido (no las formas) es el mensaje. Tanto entre la comunidad académica de la comunicación como entre la gente común y corriente - miembros legos de la audiencia - el medio y el mensaje continúan siendo prioritarios; siguen siendo los objetos a culpar o a admirar, o los objetos de premios internacionales y los temas de debate grupal o nacional. Es la oferta mediática, no la demanda desde su audiencia, la que tercamente sigue predominando como foco de atención de las políticas públicas culturales y de comunicación. Los procesos de interacción (recepción) con los medios se han mantenido ausentes del interés público generalizado, como si ellos correspondieran únicamente al ámbito privado de los sujetos sociales.

Gómez Orozco (2006) considera que los estudios de recepción siguen siendo una opción para entender no sólo a los sujetos sociales contemporáneos en las interacciones varias que entablan con los medios y tecnologías de información, sino también mucho de los procesos socioculturales, políticos y económicos mayores de los cuales participan. El autor detalla que los estudios de recepción

han asumido la “polisemia” como característica o cualidad de cualquier mensaje. No sólo se entiende, entonces, que la producción de sentido se realice por la confluencia o convergencia de diversos contenidos - lo cual también es el caso - sino que ninguno de ellos es monolítico, monosémico, ni definitivo, sino susceptible siempre de distintas interpretaciones, diacrónica y sincrónicamente. Lo que, entonces, se convierte en objetivo de investigación en los estudios de recepción, es el dar cuenta de las posibles combinaciones y/o “negociaciones” entre diferentes elementos en los intercambios mediáticos para comprender la producción misma de sentido, las fortalezas interpretativas y las significaciones que de todo ello resulten.

Según Gómez Orozco (2006), los estudios de recepción también asumen la “capacidad de agencia” de los sujetos sociales como condición de posibilidad para la negociación de significados y la producción de sentido por parte de los sujetos sociales. No es solo el simple reconocimiento de que los miembros de las audiencias son activos, sino el hecho de que su actividad no es mera reacción a estímulos, sin que por eso sea siempre consciente tampoco, sino que obedece a patrones socioculturalmente establecidos, aprendidos y desarrollados a lo largo de sus vidas y de su particular historicidad con el medio en cuestión. Por eso, los estudios de recepción eluden el determinismo y reconocen la creatividad y la iniciativa personal de los sujetos en sus intercambios comunicacionales. Creatividad acotada no solamente en lo individual, sino en última instancia en lo cultural, lo social, lo histórico y lo político.

A la hora de caracterizar a los estudios de recepción, el autor no considera que la producción de sentido o la significación que resulte de un intercambio entre sujetos y referentes comunicacionales sea una reproducción. Un resultado es siempre asumido como una producción aún en los muchos casos en que lo que se produzca resulte muy similar al referente, sobre todo mediático, que sirve de punto de contacto en el proceso de comunicación. Es justamente esta premisa que rescata la agencia del sujeto social (no la mera actividad, hiperactividad o

reacción), una de las que más distinguen de fondo a los estudios de recepción de otros tipos de estudios, por ejemplo, de efectos, de usos y gratificaciones y hasta culturales.

Otra de las premisas distintivas de los estudios de recepción destacadas por el autor, es la consideración de que todo proceso de comunicación está necesariamente mediado, multimediado desde diversas fuentes, contextos y situaciones. Es el “juego de la mediación” en todo caso lo que define la interacción y lo que perfila su resultado. Asimismo, se considera aquí que la interacción con un referente comunicacional - mediático o tecnológico - no borra ni mucho menos elimina la condición compleja del sujeto receptor. Esto significa que se asume que ningún sujeto deja de ser lo que es cuando interactúa comunicativamente, aunque a veces lo parezca. En sus interacciones comunicacionales, los miembros de la audiencia siguen siendo sujetos sociales situados y es desde ahí que entablan su interacción comunicacional. Por eso es importante lograr un conocimiento lo más integral posible de su situación y contexto para explorar sus particulares mediaciones.

Anteriormente se menciona que las noticias difundidas por CPETv Canal 2 son compartidas en el canal cooperativo, en sus redes sociales oficiales en Facebook y Twitter, en su canal de Youtube, y también pueden ser visualizadas en la página web de CPE, para llegar de este modo a asociadas y asociados que se encuentran interesadas e interesados en lo que difunde la entidad. Dicha afirmación se corresponde con otro supuesto de Gómez Orozco (2006) a la hora de conceptualizar a los estudios de recepción: se deben considerar cada uno de los escenarios por donde transcurre el proceso comunicacional. Los estudios de recepción asumen que hay interacciones directas e indirectas con los medios y en general con los referentes comunicacionales. Esto ha permitido hablar de interacciones de primero, segundo y tercer orden, según el escenario de que se trate y según el momento también. En el caso concreto de la televisión se puede hablar de “televidencias” de primer orden cuando la interacción se realiza frente al

televisor y posteriormente habrá otros niveles de televidencia ya que el referente “sale de la pantalla” y se va con el sujeto, apareciendo en otro tipo de interacciones cotidianas. Entender la diversidad de escenarios permite a su vez entender la diversidad de mediaciones posibles en los procesos de recepción. Aquí es pertinente tener presente que la interacción con un medio además de otras cosas es un catalizador de identidades profundas y memorias individuales y colectivas que precisamente afloran detonadas por los referentes mediáticos.

Ahora bien, si nos referimos a la vinculación, pertenencia y/o correspondencia de una comunidad con los contenidos noticiosos de un medio televisivo, es preciso mencionar a Morley (1996), quien sostiene que, en el acto de plantear la cuestión de la interpretación de mensajes por parte de la audiencia, ya rechazamos el supuesto de que los medios son instituciones cuyos mensajes producen automáticamente un efecto sobre nosotros, en tanto audiencia. En contra de este supuesto, el autor toma como centro de análisis nuestro modo de imprimir sentido al sentido del mundo que nos ofrecen los medios. Esto ya es caracterizar la actividad que desplegamos en nuestra sala cuando miramos televisión como un proceso activo de decodificación o de interpretación, y no un simple proceso pasivo de recepción o de consumo de mensajes. Para imprimir un sentido a las imágenes y los sonidos que vemos y oímos, debemos empeñarnos en un trabajo activo de interpretación. En el caso de la televisión, debemos aprender a ver la combinación particular de puntos que aparecen en la pantalla como una representación de objetos del mundo: personas, casas, campos, árboles. Todos nosotros hemos aprendido los códigos básicos para interpretar la televisión, códigos que aplicamos inconscientemente. Se trata de las reglas por las que damos sentido al hecho de que una persona esté vestida de un modo particular, hable con un acento particular, se siente en un tipo particular de silla, adopte cierta postura. Tales signos nos dan información sobre la persona y sobre su condición.

En realidad, según Morley (1996), podemos imaginar una cantidad de situaciones en las cuales surgen conflictos entre las personas que se encuentran en la misma habitación mirando televisión. Lo que a unos les interesa puede aburrir al resto. Una persona acaso responda de manera positiva al último anuncio de un vocero del gobierno sobre la política económica, mientras otra sienta ante el mismo anuncio deseos de tirar el gato contra la pantalla (o viceversa). Basta mirar unos minutos un programa de noticias con amigos o junto a la familia para que se inicie una discusión (por lo menos sobre alguno de los puntos). Puede muy bien tratarse de una discusión precipitada por los mensajes vistos en la pantalla, que luego se extravíe por caminos completamente diferentes. Dicha mención se debe a que el autor destaca el potencial de la audiencia para responder activamente, y hasta con argumentos, a los mensajes mediáticos. Los mensajes que recibimos de los medios no nos encuentran aislados, porque todos llevamos con nosotros, en el momento de recibirlos, otros discursos y otro conjunto de representaciones con los que estamos en contacto en otras esferas de la vida. Los mensajes del momento confluyen con otros que hemos recibido antes, mensajes explícitos o implícitos de otras instituciones, de personas conocidas o de fuentes de información en las que confiamos. Inconscientemente, tamizamos y comparamos entre sí los mensajes recibidos de una parte y de otra. De ahí que el modo en que respondamos a los mensajes que nos ofrecen los medios dependa precisamente del grado en que coincidan con otros mensajes (o se opongan a ellos), con otros puntos de vista que hayamos encontrado en otras esferas de nuestra vida.

Morley (1996) argumenta que la cuestión básica que debemos tener presente es que en el proceso de decodificación e interpretación de los mensajes de los medios siempre participan otros mensajes, otros discursos, tengamos o no conciencia explícita de ello. No podemos entender el proceso de las comunicaciones mediáticas si concebimos como un hecho aislado el momento en que encendemos el televisor a las nueve y vemos las noticias. Este es sólo un momento dentro de un complejo campo de comunicaciones y debemos entender

la naturaleza de la relación entre ese momento y todas las otras ramificaciones comunicativas en las que participamos. Debemos entender la afinidad de un mensaje con los otros conjuntos de representaciones, imágenes y estereotipos con los que está familiarizada la audiencia. Las comunicaciones mediáticas deben insertarse en los campos de comunicaciones personales e institucionales donde los individuos que constituyen la audiencia también existen como votantes, amas de casa, obreros, padres, madres, patinadores o soldados. Todas esas instituciones, todos esos roles en los que se sitúan las personas, producen mensajes que se entrecruzan con los mediáticos. La persona que mira el “noticiero” se sitúa en ese complejo campo de la comunicación y está envuelta en un proceso de decodificación del material de los medios, proceso en el cual un conjunto de mensajes o discursos realimenta otro, o es desviado por otro.

En el presente estudio, para obtener información acerca del consumo de asociadas y asociados a CPETv Canal 2, fueron realizadas 160 encuestas exploratorias a vecinas y vecinos pertenecientes a 27 barrios de la ciudad de Santa Rosa. La diversidad que ofrece el Trabajo Final en base a la cantidad de casos y la participación heterogénea en relación a los barrios, se pone de manifiesto en otra observación efectuada por el autor: el principal interés recae en las diferencias individuales del modo de interpretar los mensajes. De ahí que cierto mensaje pueda tener una significación para una persona y una muy diferente para otra, y esto depende de la personalidad de cada una y de la relación que tenga el mensaje con nuestros hobbies o intereses. Sin embargo, se podría sostener que la cuestión de las diferentes interpretaciones de los mensajes no es un asunto tan individual: no se trata simplemente de una cuestión de diferentes psicologías individuales, sino que también hay que tener en cuenta las diferencias entre individuos inmersos en diferentes subculturas, con diferentes orígenes socioeconómicos. La diferencia que haya en nuestras respuestas a ese mensaje debe relacionarse también con nuestros distintos orígenes sociales, con el modo

en que estos nos suministran diferentes instrumentos culturales, diferentes marcos conceptuales que llevamos a nuestra relación con los medios.

7.2 Agenda mediática

En un comienzo, el trabajo desarrollado consistió en la observación de contenidos audiovisuales, esto es, el análisis de las noticias publicadas por CPETv Canal 2 en su canal oficial de Youtube, para obtener información referida a temas noticiosos difundidos y luego consultar sobre los mismos a asociadas y asociados al canal cooperativo. Para comenzar a hablar del término agenda mediática, se puede retomar parte de la teoría expuesta por Morley (1996), quien afirma que en la televisión no existe nada que pueda definirse como un texto inocente. Cualquier programa presenta diferentes tipos de información explícita -hechos, historias de vida, imágenes-. Además, las instituciones emisoras nos suministran ciertos marcos a los cuales corresponde esa información. Cuando nos preguntamos ¿Qué dice este programa?, también debemos preguntarnos ¿Qué se da por supuesto - ¿qué no es necesario decir? - en este programa. Esto pone de relieve la cuestión del tipo de supuestos que se establecen, de los mensajes invisibles del programa, del tipo de preguntas que no pueden formularse dentro de este. Y esta es una forma de comenzar a observar no ya simplemente lo que el programa presenta, sino la relación entre lo que se presenta y lo que está ausente de la exposición explícita. Es una forma de indagar si hay ciertos puntos ciegos característicos, ciertos silencios, en el discurso del programa. Y si esto es realmente así, para poder comprender la significación de un tema particular que aparezca en el programa, necesitamos entender esa configuración de presencias/ausencias.

El autor comenta que debemos atender a que los emisores, compelidos como están por su deseo de lograr una comunicación eficaz, se ven obligados a introducir una dirección o ciertas clausuras en la estructura del mensaje, en el intento de establecer una de las posibles interpretaciones como la lectura preferencial o dominante. Estas clausuras interiores a la estructura de un

programa pueden presentar diversas formas: por ejemplo, el título, la leyenda al pie de una fotografía o el comentario de un informe filmado nos dicen cómo interpretar el significado de las imágenes que vemos. Está también la posición jerárquica de los locutores dentro del programa y el modo en que estos enmarcan las declaraciones de las personas entrevistadas. Otro aspecto que se debe tener en cuenta es que los presentadores pueden intentar establecer cierta identificación entre ellos mismos y la audiencia a fin de ganarse la complicidad de esta o lograr que el público apruebe la lectura preferencial que sugiere el discurso que hace de marco y enlace para el programa. Pero no debemos suponer que esas estrategias de clausura sean necesariamente eficaces. Siempre es posible leer a contrapelo, por así decirlo, y producir una interpretación a contrapelo de la «preferida» por el discurso del programa.

Sobre “lo que nos ofrecen los medios”, es McCombs (2006) quien menciona que los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que se llama la fijación de la agenda por parte de los medios informativos. El público echa mano de esas pistas de relevancia que le dan los medios para organizar su propia agenda y decidir, de este modo, cuáles son los temas más importantes. Y a base de tiempo, esos temas donde las informaciones han puesto acento se vuelven también los más importantes en la consideración pública. En consecuencia, la agenda de los medios informativos se vuelve, en gran medida, la agenda pública. El autor cita a Walter Lippmann, padre intelectual de la denominada “agenda-setting”, basada en aquellos temas destacados en las noticias que llegan a ser vistos, con el tiempo, como importantes por el público. La agenda-setting asigna un papel central a los medios informativos a la hora de dar inicio al repertorio de la agenda pública. La información que suministran los medios informativos juega un papel central en la construcción de nuestras imágenes de la realidad.

7.3 Opinión Pública

En relación a los temas televisivos difundidos por la entidad solidaria, posteriormente se conoció la valoración y percepción que mantienen asociadas y asociados a CPETv Canal 2 en relación a ellos, es decir, qué valor de interés les asignaron a las noticias compartidas, y las impresiones personales que generaron en ellas y ellos los temas tratados. De este modo, se pudo determinar, por un lado, si existía correspondencia entre la agenda mediática y la agenda del público, es decir, complementariedad, concordancia y equivalencia entre ambas partes, y, por otro lado, si había o no incidencia en la formación de opinión pública de asociadas y asociados, es decir, la repercusión o efecto que se genera en la población de Santa Rosa.

Young (1999) define a la opinión pública como aquellas opiniones sostenidas por un público en un determinado momento, que surgen cuando las costumbres son puestas en cuestión o cuando se origina algún conflicto acerca de un valor. En las sociedades democráticas, en la formación de opinión pública, intervienen tanto consideraciones racionales (razones, fundamentos, argumentaciones) como consideraciones irracionales (estereotipos, slogans, incitaciones emocionales). Aquí es necesario destacar el rol que asumen los diferentes medios de comunicación como sectores que influyen en la formación de opiniones y toma de posturas por parte de los individuos de una sociedad. Tanto los medios de comunicación como los diferentes líderes de la sociedad, se encargan de informar a diario, plantear temas, verbalizar sentimientos fuertes pero vagos en las masas con el fin de imponerlos en la misma, manipular anhelos de la comunidad; actitudes que permiten visibilizar los valores irracionales que mantienen las informaciones que recibimos a diario. La opinión pública también es entendida como aquella línea que toman los seres humanos a favor o en contra sobre temas que se encuentran en disputa en la actualidad. Dichas opiniones son predominantes, cuando abarcan a la sociedad en general, parciales, cuando representan a diversos públicos, y particulares, cuando corresponden a grupos

internos o sectores delimitados. Los temas en cuestión suelen denominarse locales cuando son temporales y fundamentales cuando ya tienen alguna resolución y no se discuten hoy en día.

8 Estrategia metodológica

La estrategia metodológica escogida se basa en la triangulación de los métodos cualitativo y cuantitativo en la investigación social. La misma es definida por Bericat (1999) como aquella que utiliza ambas orientaciones metodológicas para el reconocimiento de un mismo e idéntico aspecto de la realidad social. En esta estrategia, se pretende un solapamiento o convergencia de los resultados. Los métodos son implementados de forma independiente, pero se enfocan hacia una misma parcela de la realidad, parcela que quiere ser observada o medida con dos instrumentos diferentes. En la triangulación, el grado de integración aumenta y la legitimidad de la estrategia está condicionada por la posibilidad de que dos metodologías diferentes, como la cualitativa y cuantitativa, puedan captar, en parte o totalmente, un mismo hecho.

8.1 Primera etapa

En un comienzo, el trabajo desarrollado consistió en la observación de contenidos gráficos y audiovisuales como técnica de investigación cualitativa, en la cual se utilizó como instrumento de recolección de datos al propio investigador, ya que según Vieytes (2004), él es quien participa del mundo social y reflexiona sobre los efectos de esa participación, manteniendo al mismo tiempo la capacidad de observar sus actividades desde afuera, para poder coordinar sus acciones. En este enfoque, el investigador es el instrumento de investigación por excelencia: creador altamente reflexivo que observa el mundo social que lo rodea sin bajar nunca la guardia frente a lo que sucede en su interior y a los efectos del

despliegue de su acción indagadora. Sobre ello, existen distintos tipos de observación entre las cuáles puede optar un investigador cualitativo.

En coincidencia con el trabajo final efectuado, se realizó en una primera instancia la observación de ediciones de 2012 de la Revista “Nuevo 1° de Octubre”, publicación mensual y gratuita que difunde la Cooperativa de Santa Rosa, con el fin de obtener información referida a la entidad solidaria y el lanzamiento de su canal cooperativo. Luego, se llevó a cabo la observación de 209 contenidos audiovisuales que publicó CPETv Canal 2 en su canal oficial en Youtube. Allí, se seleccionaron las 5 noticias publicadas más vistas entre los días 4 de mayo y 4 de junio del corriente año. La información obtenida, se vinculó con la elaboración de los cuestionarios que fueron completados por asociadas y asociados al medio televisivo local.

8.2 Segunda etapa

En una segunda etapa, la propuesta se basó en conocer la opinión de asociadas y asociados que se encuentran adheridas y adheridos al servicio televisivo que brinda la Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios Públicos de Santa Rosa, en relación a conocimientos, valoraciones y percepciones que mantienen sobre los temas noticiosos que comunica dicha entidad a diario en su canal cooperativo. Si bien los estudios de recepción en el mundo de la comunicación se encuentran relacionados con la utilización de metodologías cualitativas para el hallazgo de datos, sistematización y análisis de los mismos, el empleo de herramientas cuantitativas permitió obtener información efectiva por parte de asociadas y asociados a CPETv Canal 2, identificar la interacción que se produce entre el canal cooperativo, ellas y ellos, examinar las repercusiones sociales que se generan y el contexto de relación entre ambas partes.

Es necesario mencionar que, inicialmente, la propuesta de Trabajo Final consideraba la realización de encuestas de manera online utilizando un formulario

de Google Drive como herramienta digital que brindaría la posibilidad de confeccionar los cuestionarios. De esta forma, el vínculo con asociadas y asociados a CPETv Canal 2 se establecería a partir de contactarse con ellas y ellos mediante correo electrónico, información que sería suministrada por directivos de CPETv Canal 2. Una vez enviados y devueltos los cuestionarios vía Internet, se contaría con la información necesaria para completar el proceso.

Finalmente, por cuestiones de carácter legal, la información no fue suministrada por la entidad solidaria. De todas formas, se decidió continuar con la idea inicial y se propuso la implementación de encuestas exploratorias como técnica de investigación cuantitativa, y la utilización de cuestionarios como instrumentos de recolección de datos e información. Vieytes (2004) las caracteriza como aquellas que se realizan con el propósito de identificar dimensiones del problema de investigación o para sugerir hipótesis, para perfilar categorías de análisis o para precisar modelos teóricos. Generalmente, se aplican en poblaciones pequeñas y se realizan con muestras no probabilísticas en las que el investigador determina qué individuos, tiempos, contextos o fuentes le pueden aportar la información buscada. Sin recurrir a la representatividad estadística, se busca captar la heterogeneidad de la población seleccionando sistemáticamente individuos que representen las variaciones posibles más importantes.

Se debe señalar que el instrumento de recolección de información elegido fue el cuestionario. Según el autor, es sin duda el más utilizado en la investigación social. Contrariamente a lo que en general se cree, elaborarlo es una tarea exigente que requiere de mucha reflexión, pues debe ser adaptado no solo a los propios objetivos de investigación, sino también a las características de la comunidad en la que se realiza el estudio y al tipo de sujetos con quienes será utilizado. Los cuestionarios admiten distintos tipos de preguntas posibles de formular. En este caso, se emplearon, en su mayoría, las denominadas cerradas, las cuáles contienen categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas y los entrevistados deben atenerse a ellas. Pueden ser dicotómicas (dos opciones de

respuesta) o incluir varias alternativas. En la mayoría de los casos, la opción múltiple incluye respuestas mutuamente excluyentes, pero también puede haber preguntas que acepten más de una respuesta. Las preguntas cerradas cuentan con una serie de ventajas: fácil codificación, rapidez de administración, menor especialización del entrevistador y menor esfuerzo a encuestadas y encuestados.

En dicho tipo de encuestas, la muestra implementada fue no probabilística accidental. Según Rey Lennon, F.; Piscitelli Murphy, A. P. (2004), se trata de aquella que suele tomarse sin ningún criterio previo significativo. Es la que se observa comúnmente, por ejemplo, en los medios de comunicación: se realiza una encuesta sobre algún tema en particular para lo cual el periodista les pregunta a algunas personas que pasan por cualquier esquina de la ciudad y luego arma un debate sobre la base de las respuestas recogidas. En general, no presentan ni criterios en el tamaño de la muestra ni criterios sobre el lugar o los lugares en donde se recoge la información. El Trabajo Final propone encuestar a personas seleccionándolas de manera puramente casual hasta cubrir una determinada cantidad de casos. El encuestador se ubica en puntos geográficos urbanos y, sin método alguno, aplica los cuestionarios a todos aquellos que estén dispuestos a responder.

En el Trabajo Final, fueron realizadas 160 encuestas exploratorias mediante un muestreo no probabilístico – accidental, a asociadas y asociados al canal cooperativo pertenecientes a 27 barrios de la ciudad de Santa Rosa.

9 Análisis e interpretaciones

A continuación, se detallan en orden el análisis y las interpretaciones que se desprenden de la investigación llevada a cabo, en relación a las observaciones de contenidos gráficos y/o audiovisuales, y las opiniones obtenidas por parte de asociadas y asociados que se encuentran adheridas y adheridos al servicio

televisivo que brinda la Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios Públicos de Santa Rosa.

9.1 Extractos correspondientes a publicaciones mensuales y gratuitas de la CPE, “*Nuevo 1ro de Octubre*”, difundidas durante 2012, donde se observa información referida a los comienzos del canal cooperativo en la capital pampeana; y contenidos audiovisuales que conforman la programación actual del canal cooperativo de Santa Rosa.

9.2 Resultados obtenidos en las 160 encuestas exploratorias mediante un muestreo no probabilístico – accidental, que fueron realizadas a asociadas y asociados al canal cooperativo pertenecientes a 27 barrios de la ciudad de Santa Rosa, en relación a datos personales y consumo de medios gráficos y/o audiovisuales, entre ellos, CPETv Canal 2.

9.3 Como parte de la investigación efectuada, se nombran los 209 contenidos noticiosos que publicó CPETv en su canal oficial en Youtube, entre los días 4 de mayo y 4 de junio del corriente año, agrupados en diversos ejes temáticos; y se indican los resultados obtenidos en las encuestas exploratorias vinculados a mencionar al menos un tema noticioso correspondiente al último mes que consideren de interés personal, difundido o no en medios de comunicación locales, provinciales y/o nacionales. De esta forma, al observar los temas transmitidos por el medio y al examinar los temas de interés del público, se comenzará a reconocer el nivel de correspondencia entre la agenda mediática de CPETv Canal 2 y la agenda de la comunidad.

9.4 Además, como parte de la sistematización y el procesamiento total de los datos obtenidos en las 160 encuestas exploratorias, se citan los 5 temas televisivos seleccionados que formaron parte de los cuestionarios, que no sólo cuentan con mayor cantidad de vistas, sino que también se reiteran en otras noticias compartidas en dicho lapso. Sobre ellos, se consultó a asociadas y asociados valoraciones y percepciones personales.

9.5 Comparación de variables de las encuestas exploratorias y representación gráfica de los resultados obtenidos.

9.1 Origen de CPETv Canal 2 y programación actual del canal cooperativo

En las publicaciones mensuales y gratuitas de la CPE, “*Nuevo 1ro de Octubre*”, difundidas durante los primeros meses de 2012, puede observarse información referida a los comienzos del canal cooperativo en la ciudad de Santa Rosa. Allí, en la edición N° 153 correspondiente al mes de enero, se informó la obtención de licencia para que la CPE pueda brindar televisión digital por cable.



1: Entrega de la licencia a la CPE en la sede de la ex Afzca. Enero de 2012.

“El martes 6 de diciembre de 2011 fue una jornada histórica para el movimiento cooperativo en general y para la CPE de Santa Rosa en particular. Fue el cierre anhelado y exitoso de una etapa de diez años caracterizada por la persistencia, la crítica y el debate permanente en pos de ofrecer el servicio de televisión por cable a los asociados y asociadas. Ese día, en la sede de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afzca), las autoridades de la CPE recibieron la licencia para brindar televisión digital por cable. Se trata de la primera cooperativa de servicios públicos del país en obtenerla. Oscar Nocetti, presidente del Consejo de Administración

en ese entonces, dijo que se terminó la era del desprecio y de tener que luchar contra el Estado y los monopolios. Hoy hay un Estado más democrático, con una Presidenta que está empeñada a fondo en esta pelea. Antes, los organismos que debían otorgar los permisos estaban llenos de corrupción. Era un Estado que parecía estar más del lado de los multimedios que de las organizaciones populares. Todo eso cambió. Hoy vemos a un Estado que atiende a la pluralidad de voces, que democratiza el acceso a los organismos y nos pone en un pie de igualdad”.

En las ediciones mensuales publicadas durante los meses febrero (N° 154), marzo (N° 155), abril (N° 156), mayo (N° 157), junio (N° 158) y julio (N° 159) de 2012, se detallan las etapas de construcción del estudio televisivo: instalación de luces y equipamiento de audio para la transmisión por cable; la capacitación a personal técnico y el análisis de currículums de periodistas que conducirán el noticiero propio del canal. Además, se menciona la decisión de realizar pruebas piloto en viviendas particulares pertenecientes a barrios de la ciudad de Santa Rosa, con el fin de verificar de manera previa el funcionamiento del servicio televisivo. Por último, se observa la aprobación del proyecto técnico presentado por la CPE para brindar televisión digital, por parte de la Comisión Nacional de Comunicaciones.



CPEtv se prepara para transmitir



2: Estudio de TV en etapa de terminación. Febrero de 2012. 3: Montaje integral del estudio de CPETv. Abril de 2012.

Luego, en la edición N° 160 del mes de agosto del mismo año, se comunica la noticia esperada por parte de cada uno de los cooperativistas: la presentación en sociedad de CPETv Canal 2.



4: Cristina Fernández de Kirchner en el lanzamiento de la televisión cooperativa. Agosto de 2012.

“En la fiesta del 5 de julio, con la que se presentó en sociedad el nuevo emprendimiento, los asociados demostraron una vez más su interés en inscribirse al flamante servicio, luego de más de una década de lucha. La inauguración de CPETv, con la participación de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner a través de una videoconferencia, es un nuevo hito en los 82 años de nuestra entidad, primera cooperativa de servicios públicos del país en brindar el servicio de televisión por cable bajo el amparo de una ley de medios de la democracia. El nuevo desafío es realidad luego de una lucha de muchos años contra monopolios y normas injustas. Fernández llamó a Oscar Nocetti luego del acto, para felicitarlo. En la charla, el presidente de la CPE le hizo saber a la primera mandataria que las cooperativas del país quieren ahora prestar el servicio de telefonía celular.”

La CPE es la primera cooperativa argentina habilitada por la Afscsa para brindar el servicio de televisión digital por cable, en el marco de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. El 5 de julio la Usina fue una fiesta popular que celebró el cierre feliz de una etapa de diez años de persistencia. Sin dudas, el acto se jerarquizó por la participación y las palabras de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner a través de una videoconferencia desde la ciudad de Buenos Aires. Durante más de cuatro horas, cientos de vecinos de Santa Rosa, autoridades políticas provinciales y municipales, cooperativistas, dirigentes sindicales, sociales, militantes partidarios, empleados de la Cooperativa, consejeros, delegados, artistas, entre otros sectores, dieron vida a un momento muy especial en la historia de la Cooperativa como fue la inauguración de la televisión digital por cable.

Nocetti expresó: “Ahora llegó el turno de CPETv, como alternativa en Santa Rosa y Toay al monopolio de Clarín a través de Cablevisión, aunque en un contexto general muy distinto, donde la flamante Ley de Medios 26522 representa un consenso indiscutible de reconocimiento al movimiento cooperativo nacional. Cuando nadie nos recomendaría hacer inversiones, montamos nuestra empresa de televisión por cable para competir con otro monopolio. Es Cablevisión, un monopolio desleal. Pero aquí estamos, inaugurando una ley que se la debemos a Néstor y Cristina Kirchner. Hoy podemos decir misión cumplida, concluyó Nocetti.

La presidenta Cristina Fernández de Kirchner calificó la inauguración del canal de televisión de la CPE como un “hecho histórico”. Participó del acontecimiento concretado en la Usina a través de una videoconferencia desde la ciudad de Buenos Aires. Dijo que era un día verdaderamente histórico, porque las cooperativas que prestaban servicios tenían vedado el acceso al cable, en todas las leyes, pero con la Ley de Medios las cooperativas pueden dar señal y estamos inaugurando la primera cooperativa que obtiene la licencia por parte del Estado.

Cuando la Banda Sinfónica ya había concluido su participación y la gente dejaba de a poco el salón de la Usina, Oscar Nocetti recibió un llamado telefónico inesperado. Del otro lado, la voz de la presidenta Cristina Fernández quería comunicarse en forma

directa. El titular de la CPE activó el altavoz del teléfono móvil para que todos los presentes en ese momento compartieran el diálogo. Tras el saludo formal, Nocetti reconoció que “somos varios los cooperativistas que estamos muy contentos de dialogar con usted”.

Cristina Fernández de Kirchner comentó: “El senador Aníbal Fernández me dijo que llamarlos sería muy importante porque son la primera cooperativa y yo dije ‘la pucha’. Estamos muy pero muy contentos por el trabajo de ustedes, que fue el esfuerzo de todos los cooperativistas. Han sido punta de lanza para mostrar en todo el país que la Ley de Medios sirve para todo esto. Sé que gracias a ustedes el abono bajó de 140 a 85, y para eso sirve esta ley, para generar más competencia y la diversidad de voces, sostuvo la Presidenta.

- **CPETv Canal 2: programación actual**

Respecto a los programas actuales que forman parte de la grilla de CPETv, cabe destacar que los mismos corresponden a contenidos basados en producciones propias, independientes y coproducciones. En total, son 30 los programas que forman parte de los contenidos difundidos por el canal cooperativo.

Dentro de la programación diaria, se encuentran contenidos audiovisuales vinculados a aspectos sociales y culturales como Editorial Voces; Un día en la vida; Paisanos; Otra Escuela; Activando lo Común; El Interior de la Memoria; Informe del Sur; Uno es el Otro; Proteccionistas en Acción; Desde La Pampa Interior; UNLPam TV; Todo es Cultura; Santos y Pecadores. A su vez, pueden mencionarse documentales como Hora Documental y Leuvu Co... Agua que Corre, programas deportivos llamados Puro Fútbol; Circuito Argentina; Deportes Mecánicos y Primera a Fondo, y contenidos musicales como Vinilo y El Chasqui Folklore. Como en toda programación, no pueden faltar contenidos vinculados a juegos y/o entretenimiento: Dibujos Animados, Cine y Bien de Familia, y programas meramente políticos: Sobre Tablas y La Parte y El Todo.

CPETv Canal 2 cuenta con dos emisiones informativas a diario. La primera de ellas, CPE Noticias Mediodía, en la cual se adelantan los principales temas informativos de la jornada, a nivel local, provincial y nacional. La misma se transmite de 13 a 14 horas, y cuenta con la conducción de Felicitas Bonavitta. La otra emisión informativa es llamada CPE Noticiero Edición Central y se difunde por la noche, entre las 21 y 22 horas. Allí, Gastón Borasio y Marcela López García reflejan todo lo que sucedió en el día. Los servicios informativos son difundidos en vivo en el canal cooperativo, la red social oficial Facebook y la página web de la Cooperativa de Santa Rosa.

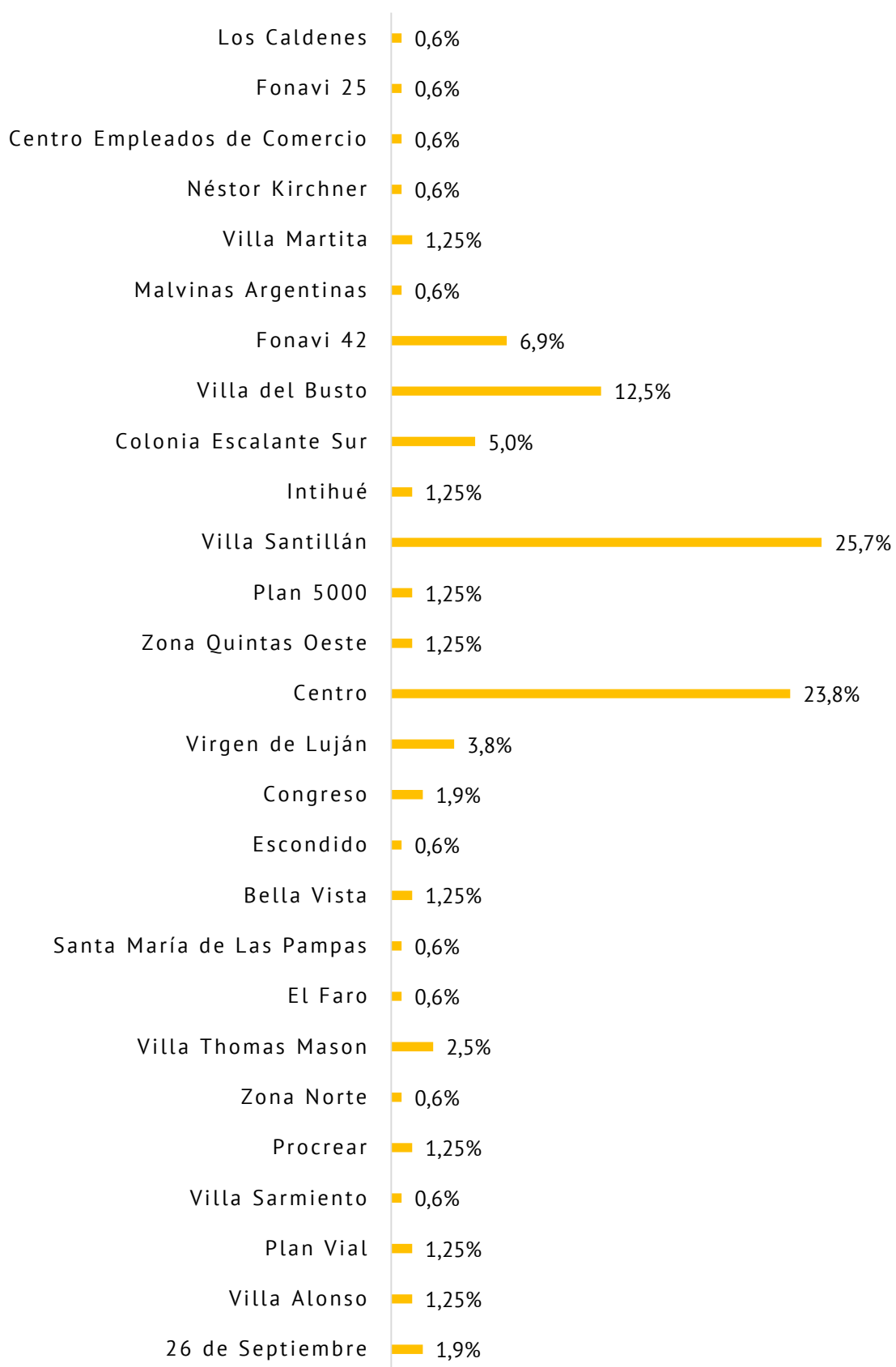
9.2 Encuestas exploratorias mediante un muestreo no probabilístico – accidental

En una primera instancia, se debe mencionar que los datos obtenidos deben ser analizados de manera cuidadosa ya que representan opiniones diversas de un sector de la sociedad de Santa Rosa adherida a CPETv Canal 2. Para obtener información sobre datos personales y consumo de asociadas y asociados, fueron realizadas 160 encuestas exploratorias mediante un muestreo no probabilístico – accidental, a vecinas y vecinos pertenecientes a 27 barrios de la ciudad de Santa Rosa.

Cabe mencionar que 10 de los cuestionarios resueltos corresponden al *pretest*. Vieytes, R. (2004) detalla que el *pretest* consiste en una primera aplicación del cuestionario a una muestra pequeña, pero de similares características a la de las personas que serán entrevistadas durante el Trabajo Final. El objetivo es ver cómo funciona el cuestionario elaborado: averiguar si las preguntas son comprendidas correctamente, si las opciones de respuesta están bien planteadas, si la duración es la indicada, si alguna pregunta genera rechazo, etc.

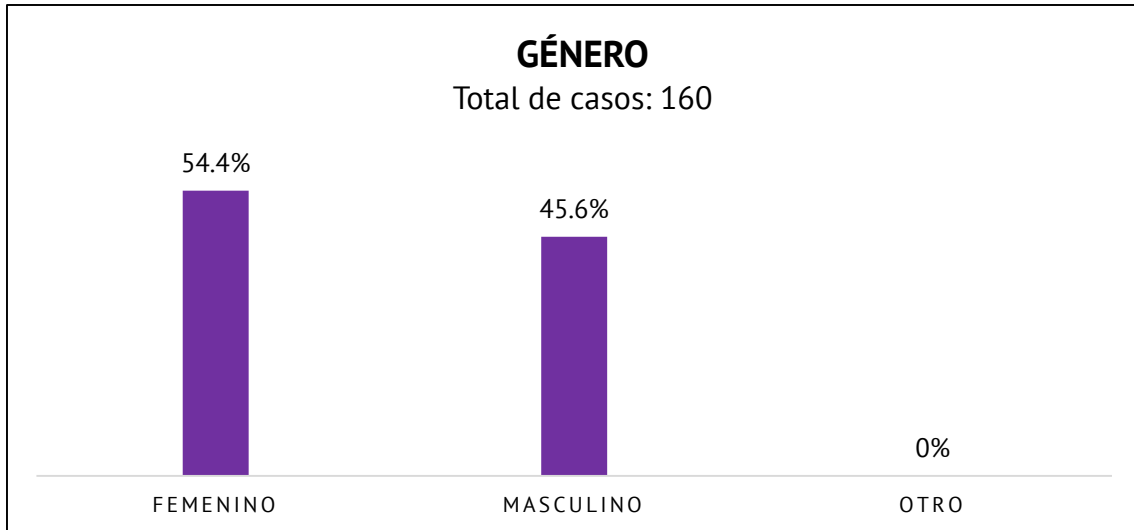
Los resultados obtenidos a partir de la realización de 160 encuestas exploratorias mediante un muestreo no probabilístico – accidental, fueron procesados y sistematizados en el programa estadístico “IBM SPSS Statistics 22”.

160 casos distribuidos en 27 barrios

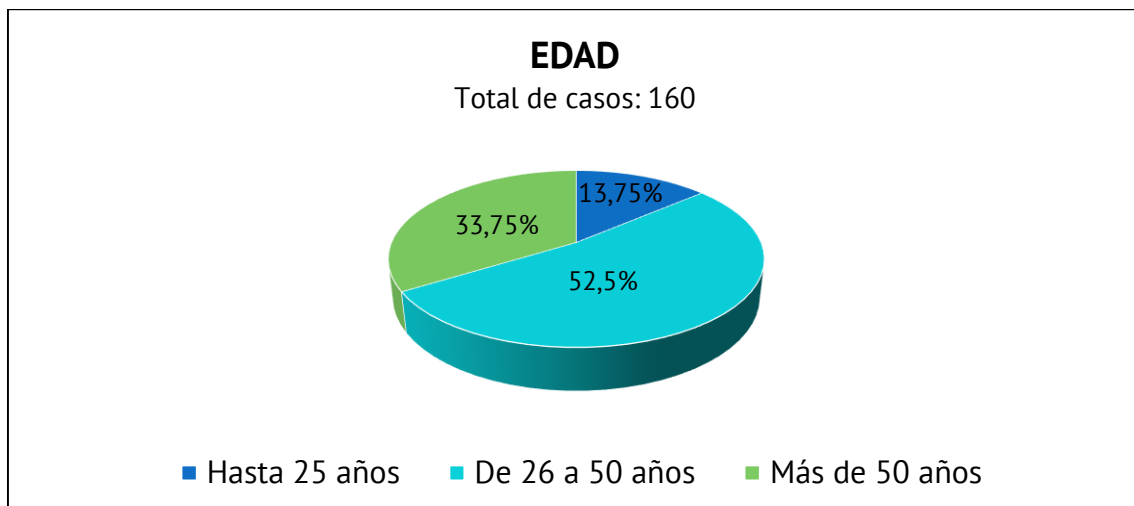


En los cuadros que se encuentran a continuación, puede observarse información referida a cantidad de asociadas y asociados consultadas y consultados, y datos vinculados a su nivel socioeconómico.

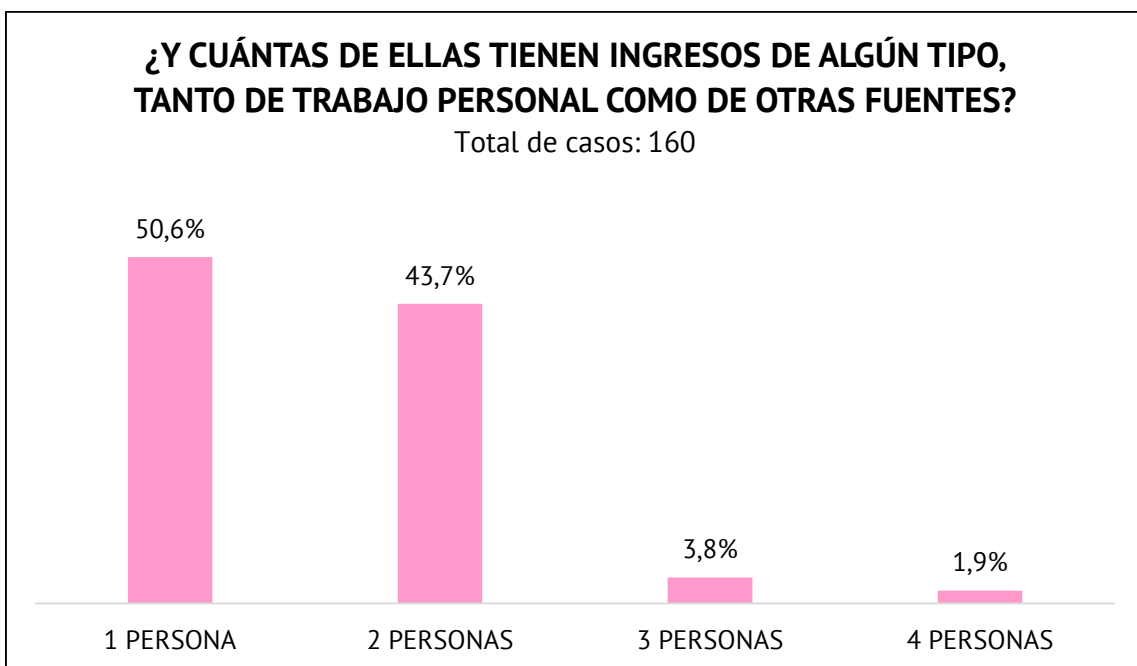
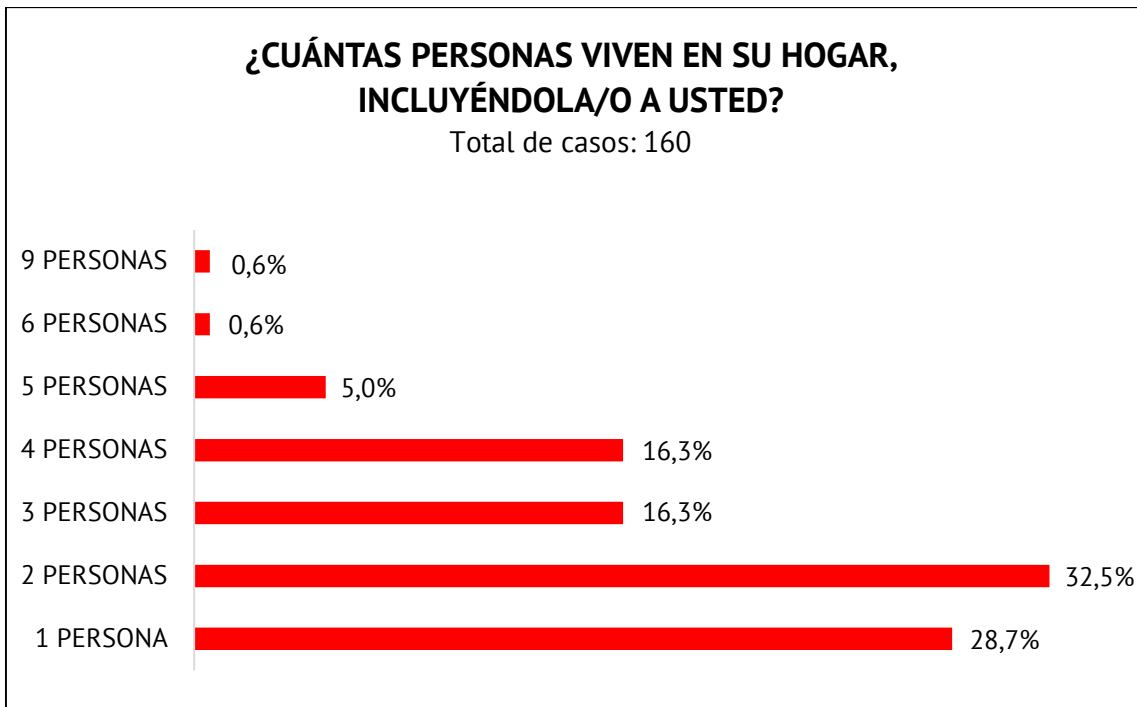
87 encuestas – 54.4% - fueron resueltas por mujeres y 73 – 45.6% - por hombres.



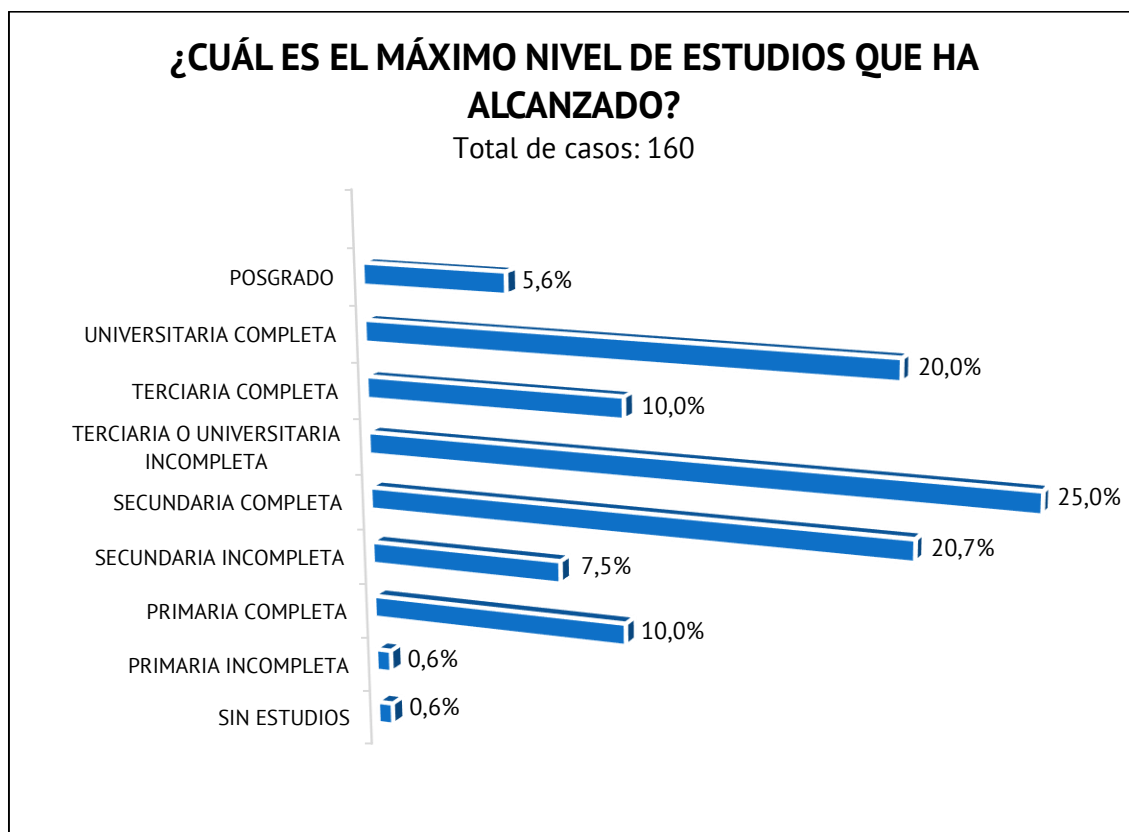
La edad de 84 asociadas y asociados consultadas y consultados es de 26 a 50 años – 52.5% -, 54 personas tienen más de 50 años – 33.75% -, y 22 hasta 25 años – 13.75% -.



A continuación, datos numéricos que representan cuántas personas viven en los diversos hogares, incluyendo a asociadas y asociados que respondieron el cuestionario. Luego, cuántas de ellas tienen ingresos de algún tipo, tanto de trabajo personal como de otras fuentes.



También se les preguntó acerca del máximo nivel de estudios que han alcanzado. Los resultados – de acuerdo a los casos alcanzados – fueron los siguientes:

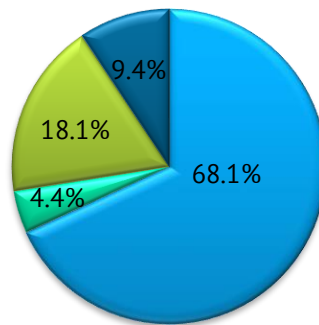


En relación a su Profesión y/o Actividad:

- 109 – 68.1% - de las y los asociadas y asociados actualmente se mantienen Ocupadas/os;
- 29 – 18.1% - son Jubiladas/os y/o Pensionadas/os;
- 7 – 4.4% - Desocupadas/os.
- 15 – 9.4% - no trabajan, pero tienen otra fuente de ingresos (alquileres, becas, ayuda familiar, subsidios por desocupación, renta financiera o inversión en negocios en los que no trabajan), lo que se observa en Otros inactivos.

PROFESIÓN / ACTIVIDAD

Total de casos: 160

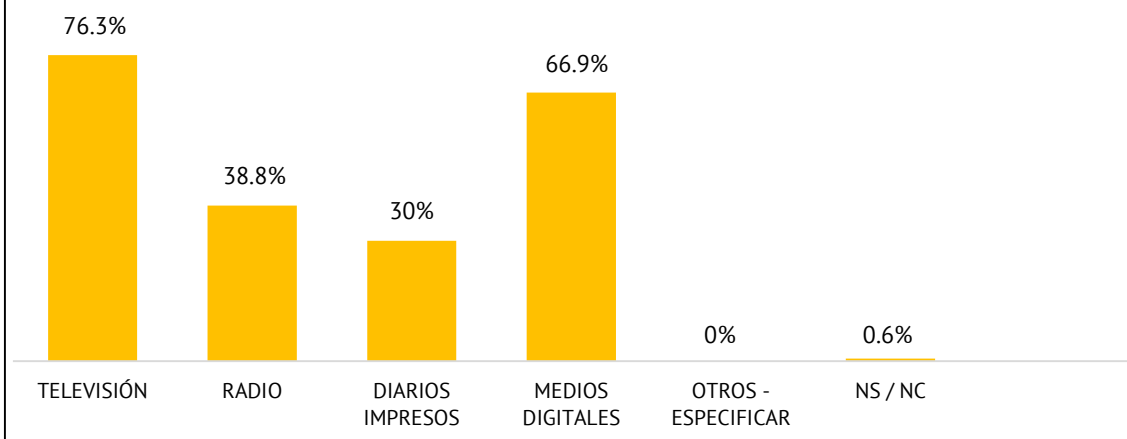


■ OCUPADA/O ■ DESOCUPADA/O ■ JUBILADA/O Y/O PENSIONADA/O ■ OTROS INACTIVOS

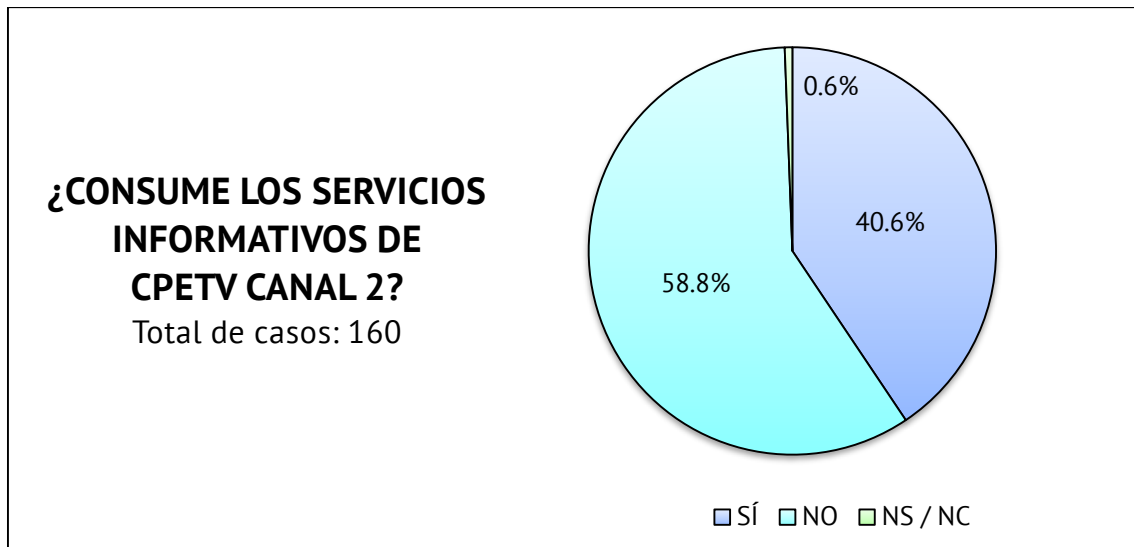
Dentro de las primeras preguntas realizadas, asociadas y asociados respondieron sobre qué medios gráficos y/o audiovisuales utilizan a diario para informarse. En su mayoría, 122 – 76.3% - argumentaron que consumen la televisión; 107 – 66.9% - medios digitales; 62 – 38.8% - escuchan la radio; 48 – 30% - optaron por los diarios impresos; y 1 persona – 0.6% - respondió Ns / Nc.

¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS GRÁFICOS Y/O AUDIOVISUALES SE INFORMA A DIARIO?

Total de casos: 160

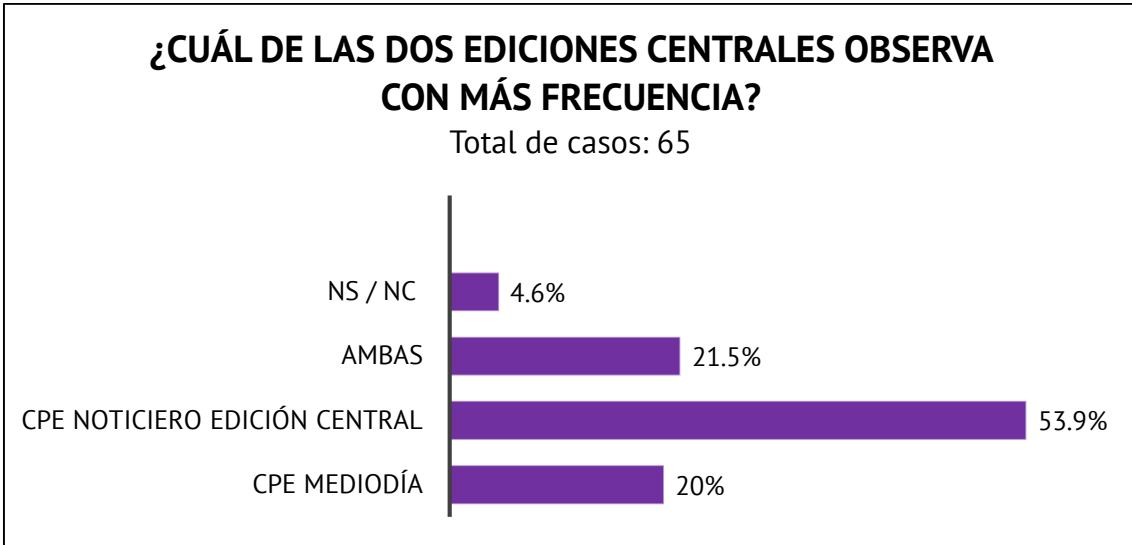


Además, se les preguntó si consumen o no los servicios informativos que brinda CPETV Canal 2: CPE Mediodía y CPE Noticiero Edición Central. 94 – 58.8% - personas afirmaron que no observan las emisiones informativas, 65 – 40.6% - sostuvieron que sí, y 1 – 0.6% - optó por Ns / Nc.

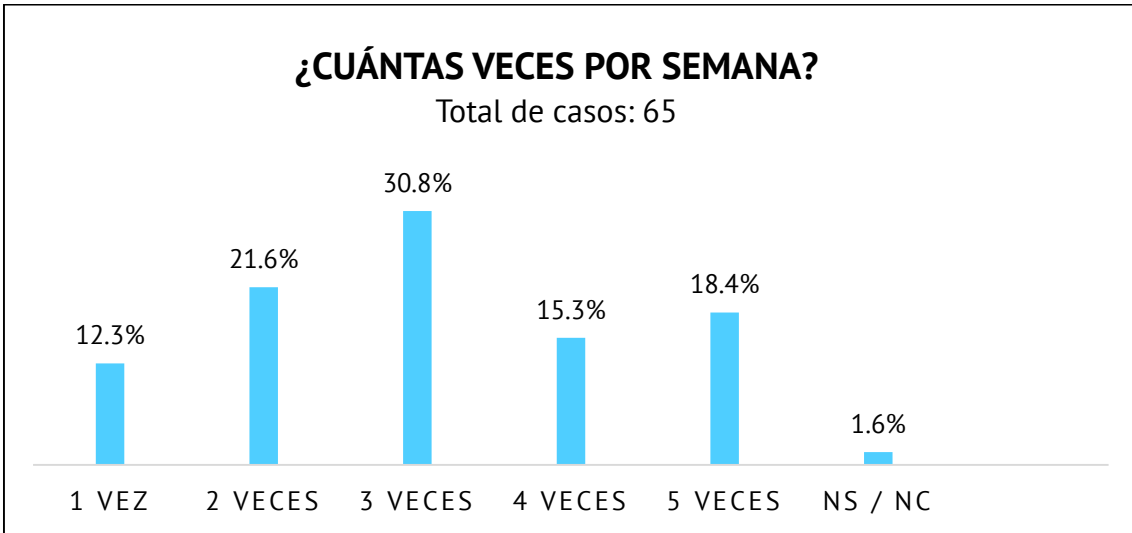


Como se menciona anteriormente, un 40.6% de las y los asociadas y asociados afirmó que consume a diario las emisiones informativas que brinda el canal cooperativo de Santa Rosa. Los 65 casos fueron consultados acerca de su consumo de ediciones centrales, frecuencia semanal, medio/s a través de los cuáles se informan y calificación numérica personal en base a la calidad de los temas televisivos difundidos en los servicios informativos.

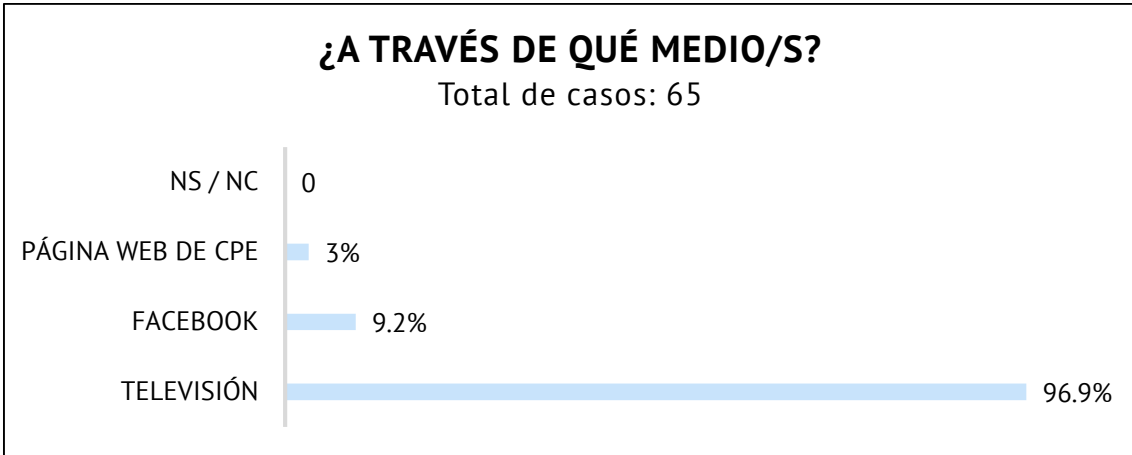
35 – 53.9% - asociadas y asociados observan con más frecuencia CPE Noticiero Edición Central, mientras que 14 – 21.5% - miran ambos servicios informativos. Por su parte, 13 – 20% - encuestadas y encuestados consumen CPE Mediodía. Solo 3 – 4.6% - optaron por Ns / Nc.



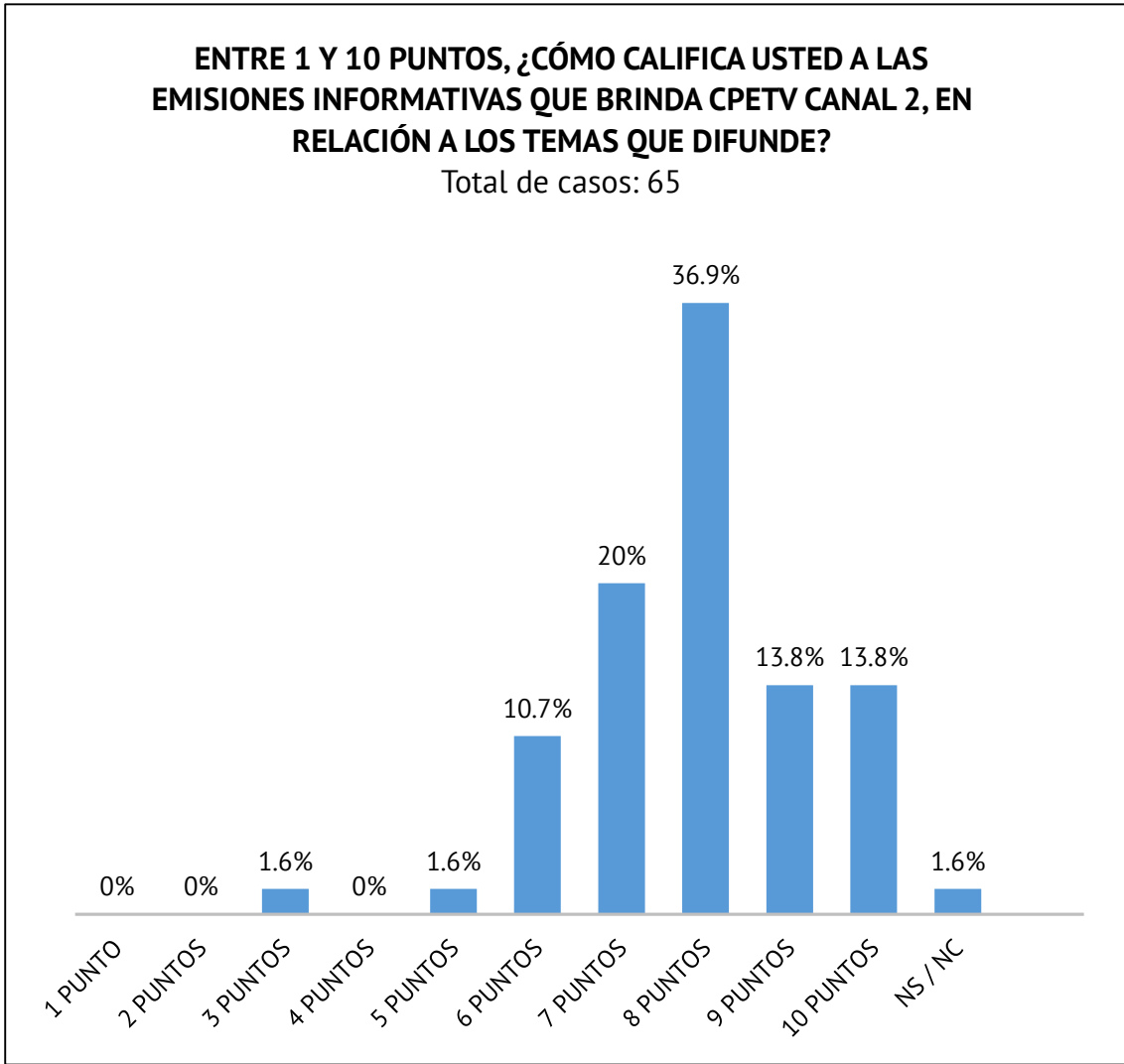
¿Cuántas veces por semana?, fue otra pregunta realizada a quienes consumen los servicios informativos de CPETv Canal 2. A continuación, las respuestas obtenidas.



Los servicios informativos de CPETv Canal 2 son compartidos a diario en la televisión cooperativa, la red social Facebook y la página web oficial de la CPE. Por amplia mayoría, 63 – 96.9% - asociadas y asociados que formaron parte de las encuestas exploratorias, sostuvieron que miran los servicios informativos a través de la Televisión, 6 – 9.2% - de ellas y ellos por Facebook, y solo 2 – 3% - por la página web de CPE.



Por último, calificaron de manera numérica a los servicios informativos que brinda CPETv Canal 2, de acuerdo a los temas noticiosos que difunden.



9.3 Temas televisivos: Intereses de CPETv Canal 2, asociadas y asociados

Para comenzar a reconocer el nivel de correspondencia entre la agenda mediática de CPETv Canal 2 y la agenda de la comunidad, fue preciso observar los temas televisivos transmitidos por el medio y, a su vez, consultar a asociadas y asociados sus temas noticiosos de interés.

A continuación, como parte de la investigación efectuada, se nombran los 209 contenidos noticiosos que publicó CPETv en su canal oficial en Youtube, entre los días 4 de mayo y 4 de junio del corriente año, agrupados en diversos ejes temáticos. A su vez, se indican los resultados obtenidos en las encuestas exploratorias vinculados a mencionar al menos un tema noticioso correspondiente al último mes que consideren de interés personal, difundido o no en medios de comunicación locales, provinciales y/o nacionales.

- **Temas televisivos en las emisiones informativas de CPETv Canal 2**

A la hora de hablar de “temas televisivos”, es posible recuperar la voz de autores que forman parte del enfoque teórico – conceptual de la investigación. McCombs (2006) menciona que los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. En este sentido, Morley (1996) argumenta que los emisores, compelidos como están por su deseo de lograr una comunicación eficaz, se ven obligados a introducir una dirección o ciertas clausuras en la estructura del mensaje, en el intento de establecer una de las posibles interpretaciones como la lectura preferencial o dominante. Estas clausuras interiores a la estructura de un programa pueden presentar diversas formas: por ejemplo, el título, la leyenda al pie de una fotografía o el comentario de un informe filmado nos dicen cómo interpretar el significado de las imágenes que vemos. De este modo, se entiende por “temas televisivos” a las temáticas y problemáticas centrales que reconoce CPETv Canal 2

desde los títulos que asigna a cada una de las noticias que comparte en sus dos ediciones centrales, CPE Mediodía y CPE Noticiero Edición Central.

Se llevó a cabo la observación de 209 contenidos audiovisuales que publicó CPETv en su canal oficial en Youtube, entre los días 4 de mayo y 4 de junio del corriente año. Allí, se encuentran todas las noticias que produce y emite el canal cooperativo en sus dos ediciones centrales, CPE Mediodía y CPE Noticiero Edición Central, excepto los flashes informativos locales (breves), nacionales e internacionales. Los contenidos audiovisuales se comparten en su canal oficial en Youtube luego de ser transmitidos en el canal de la Cooperativa. Cabe mencionar que la elección de observar los temas noticiosos a través del canal oficial en Youtube, se debe a un acceso rápido y práctico a la agenda diaria de noticias del canal cooperativo.

Los temas noticiosos compartidos por CPETv Canal 2 que se exponen a continuación, refieren a sujetos, actividades y hechos, y fueron relevados a partir de los títulos que CPETv Canal 2 asignó a cada uno de los temas televisivos. De este modo, los mismos pueden ser agrupados en diversos ejes temáticos que permiten brindar una mirada integral de la agenda noticiosa del medio en cuestión.

Trabajadores

Gran parte de las noticias difundidas en dicho lapso, se corresponden con situaciones y problemáticas que involucran a trabajadores de diversos ámbitos: “Trabajadores despedidos en Senasa y Agricultura Familiar”; “Bancarios acordaron 15% de aumento salarial”; “Día del Trabajador: Convocan a la unidad”; “La intersindical pidió reabrir la paritaria”; “Despidos en Vialidad Nacional”; “Quite de colaboración en Salud Mental: Trabajadores reclaman pase a planta por la Ley 1279”; “Docentes quieren adelantar la discusión salarial”; “Dificultades en la actividad de Hoteleros”; “Peones de taxis con pedidos al Concejo”; “Desde el

municipio, no renuevan permisos a vendedores ambulantes”; “El intendente Altolaquirre busca reducir planta municipal”; “Asamblea de feriantes por exigencias de la Municipalidad de Santa Rosa”; “Universitarios rechazan oferta salarial: Gobierno ofertó nuevamente un 15%”; “Elecciones el domingo en Camioneros”; “Aumento en el aporte de empleados al Sempre”; “La Feria por la Alimentación Sana resiste y crece”; “Se inició la Marcha Federal Educativa”; “Ruidazo de trabajadores estatales precarizados por el pase a planta”; “Acuerdo con trabajadores de terapia intensiva”; “Trabajadores de ‘ex planes’ piden derogar la Ley Lezcano”; “Trabajadores de Salud afirman que adherir a la CUS significa un plan de restricción de derechos”; “Despidieron 73 trabajadores de Calzar”; “Sigue el conflicto entre médicos de cabecera y Pami”; “El Gobierno presentó la Reforma Laboral”; “Sipetax también rechaza llegada de Uber”; “Paro Nacional Docente el 23 de Mayo”; “Organizaciones y vecinos contra Macri y el FMI”; “Proyecto jubilatorio de Altolaquirre resistido por los gremios”.

Desempeño económico

En los temas televisivos difundidos, también se visualiza la preocupación existente por parte de diferentes individuos u organismos, en torno a la actual situación económica que atraviesa el país: “Marcha Federal por Pan y Trabajo en la Plaza San Martín”; “Crisis económica y mayor demanda social en la provincia”; “Aumento en el boleto de colectivos”; “Macri vetó la Ley que retrotraía tarifas”; “El Senado busca frenar el Tarifazo”; “Crece la demanda de becas en la Universidad Nacional de La Pampa”; “Preocupación por congelamiento de obras para la UNLPam”; “El Frente Ciudadano pidió por las tarifas”; “Nación adeuda el Fondo Energético a La Pampa”; “Preocupación por el impacto de los tarifazos”; “Aumentó la harina: El kg de pan ya cuesta \$50”; “Suba de combustibles: El Gobierno congeló el precio hasta el 1 de julio”; “La problemática social en los barrios de Santa Rosa”; “Preocupación por ajustes en el INTA”; “Comercio preocupado por corrida cambiaria”; “La Municipalidad recorta gastos de pan, leche, agua envasada y

fotocopias”; “Contexto económico en La Pampa y el país”; “Media sanción a Ley para retrotraer tarifas”; “Clubes complicados por la suba en las tarifas de luz y gas”; “Tarifazos: Las cooperativas preocupadas”; “Volvió el ‘trueque’ en nuestra provincia”; “Preocupación por pymes pampeanas amenazadas por los aumentos tarifarios”; “Suba de las Tasas de interés y del dólar”; “PYMES: Preocupación por tarifazos”.

Manifestaciones sociales y culturales alternativas, comunitarias y populares

Tras la observación de los contenidos audiovisuales que publicó CPETv en su canal oficial en Youtube, se puede decir que parte de ellos refieren a acciones de carácter social y cultural en las cuáles intervienen actores voluntarios y solidarios de la ciudad de Santa Rosa, ya sea de manera individual como también dentro de determinados grupos u organizaciones: “Taller de degustación de vino en la CPE”; “Fundación Vidanimal: Continúan las castraciones”; “Luchadoras de Koriza realizaron donación a Merendero del Barrio Escondido”; “Jornada de Talleres cooperativos en Radio Kermés”; “Presentación del libro: Testimonios de los ríos robados”; “Fernando Ojeda presentó su primer libro: Huellas dibujadas en el tiempo”; “Comenzó Taller para Adultos Mayores en la CPE”; “Vuelve la ópera al Teatro Español”; “Campaña ‘Un mechón por una sonrisa’ en Santa Rosa”; “Se presentó en Santa Rosa: Categoría Mosquitos”; “Se presentó el sábado pasado en Medasur: Un solo canto”; “Se presentó el concierto solidario de coros en el Aula Magna de la UNLPam”; “Jornada de capacitación para PYMEs”; “Padres por la inclusión lanza taller sobre autismo y dificultades del aprendizaje”; “Escuela de Tambores realiza capacitación”; “Exhiben un mural de Carpani”; “Escultor realiza obra en la vereda de su taller”; “Taller sobre uso no sexista del lenguaje”; “Zalvataje festejó 10 años en el ATTP”; “Voluntarios amplían la Biblioteca Malvinas Argentinas”; “Soñar despiertos: Radio inclusiva en AM730”; “Muestra de arte en estudio Onda Cero: Dibujos, pinturas y fotografías de artistas pampeanos”; “Malón se presentará hoy en Club Argentino”; “Proteccionistas denuncian maltrato

animal”; “Especial Por los Derechos de las Mujeres”; “Tenis de mesa: Challenger nacional en Santa Rosa”; “Día Nacional de la Donación de Órganos y Tejidos”; “Colocan una nueva estrella amarilla: A 11 años del accidente su familia lo homenajea”; “Pañuelazo en Santa Rosa por el aborto legal, seguro y gratuito”; “Día Nacional de lucha contra la discriminación por orientación sexual e identidad de género”; “1° Encuentro Estudiantil: Buscan fomentar la organización juvenil”; “Juan Sasturain acompañó en la presentación del libro: Testimonios de los ríos robados”; “Jornadas sobre aborto no punible en la UNLPam”; “Marcha por el uso terapéutico del cannabis”; “Gran Festival de Boxeo en el Club Argentino”; “Jornada de Puertas abiertas de la UNLPam”; “Colocaron Estrella Amarilla por Lula Magariños”.

La voz de asociadas y asociados

En las ediciones centrales de CPETv Canal 2, se hace fuerte hincapié en la voz de vecinas y vecinos de la ciudad de Santa Rosa, en relación a dar a conocer diferentes situaciones de las cuales forman parte, se sienten identificados o bien los afectan, como así también escuchar y considerar valoraciones y/o percepciones en base a temáticas que ameritan sus opiniones. Del mismo modo, el medio televisivo ofrece sugerencias y respuestas a inquietudes y demandas de asociadas y asociados a la entidad.

“Debe operar a su hijo y necesita ayuda”; “Familias quieren acceder a una vivienda del IPAV”; “Pide donación de medicamento oncológico para su mamá”; “Mujeres protestaron frente al IPAV”; “Abrieron Merendero en el Barrio Almafuerte”; Fuego en un asentamiento: Familia perdió todo”; “La vida en el asentamiento del Relleno Sanitario”; “Familiares piden justicia por Agustín Giordano”; “Vive en situación de calle y duerme en la Plaza”; “Sigue el asentamiento en la calle Balbín”; “Violento intento de desalojo en la calle Junco”; “Maltrato infantil: Padre pide justicia por su hijo”.

“Vecina del Barrio Butaló reclama por obra sin concluir”; “Vecinos de Zona Norte arreglan pérdida de agua en la calle Pavón”; “Vecinos del Barrio Fonavi 34 denuncian pérdida de agua potable”; “Vecinos y vecinas opinan: Argentina vuelve a depender del FMI”; “Calle Chile: Desastre cloacal y pérdida de agua”; “Vecinos y vecinas opinan sobre la venta ambulante en Santa Rosa”; “Vecinos y vecinas de la ciudad opinan sobre los aumentos”; “Pérdida de agua potable en la calle Corona Martínez”.

“¿Cómo jubilarse con aportes en diferentes Cajas?”; “¿Qué pasa cuando llegas a la edad de jubilación, pero sin completar aportes?”; “¿Cómo accedo a mi jubilación si soy empleado rural?”; “¿Qué requisitos necesito para acceder a la Pensión Universal de Adultos Mayores?”.

Conflicto entre La Pampa y Mendoza

Dentro de los temas socializados, aparece el histórico conflicto entre las provincias de La Pampa y Mendoza: “Piden prohibir el Fracking en La Pampa”; “Río Atuel: La Corte estableció un nuevo plazo de 90 días para establecer el caudal”; “Nueva audiencia en la Corte por el Río Atuel”; “Mendoza presentó proyecto de Portezuelo del Viento que prevé el trasvase del Río Grande al Río Atuel”; “Fracking en Mendoza: Advierten por contaminación”.

Declaraciones de funcionarios políticos

También son protagonistas las noticias de opinión realizadas a autoridades que forman parte de diferentes espacios políticos. “Verna sostiene a Tierno y cosecha repudios”; “Carlos Mac Allister: Es mentira que la pobreza no ha disminuido”; “Trapaglia defendió su designación y justificó los despidos”; “Espartaco Marín habló sobre la actualidad política nacional y provincial”; “Juan Carlos Marino: No es malo volver al Fondo”; “El radicalismo decidió seguir en Cambiemos”.

Otras noticias de orden local

Entre los días 4 de mayo y 4 de junio del corriente año, fueron compartidas otras noticias de orden local dentro de las cuales se pueden mencionar: “Acueducto Anguil: Se rompió, pero hay agua”; “Vuelco en la Perón: Murió un joven de 18 años”; “El intendente Altolaquirre almorzará mañana con el presidente Macri”; “Violencia de género: Piden fondos para volver a contar con un refugio”; “Discriminación en boliche a persona trans”; “Autobuses Santa Fe y Municipio incumplen fallo de accesibilidad para personas con discapacidad”; “Fumigaron en un Jardín: Cuatro intoxicados”; “Repudian el cierre del Hogar María Magdalena”; “Lanzan portal educativo municipal: Podrán usarla docentes, alumnos y familia”; “El Municipio quiere sumar licencias de taxis”; “Limpieza y mantenimiento en el Molino Werner”; “Roban y destrozan Jardín Municipal ubicado en Villa Germinal”; “Incorporan dos colectivos adaptados en materia de accesibilidad”; “PAMI le entregó una nueva silla a Sergio García”; “Reinauguran edificio de Radio Nacional”; “Larrañaga fue citado por las obras del Barrio Butaló”.

Temas noticiosos de interés provincial, nacional e internacional

Además, es posible encontrar temas noticiosos vinculados a asuntos de carácter provincial, nacional e internacional. Entre ellos, se pueden destacar: “Desvinculan policías por faltas graves”; “En el Hospital Lucio Molas podrían no estar garantizados los abortos no punibles”; “Aumentó el trabajo infantil en La Pampa”; “Finalmente, La Pampa adherirá a la Cobertura Universal de Salud”; “La Pampa proveerá de cannabis medicinal para el tratamiento de epilepsia refractaria”; “Nuevo caso de meningitis en General Acha”; “Primera encuesta provincial sobre uso de Internet”; “Provincia y Municipios trataron programas de descentralización y participación comunitaria”; “Deuda de Vialidad Nacional a Policía de La Pampa”; “Federación de Magistrados se reunió en La Pampa”; “5 años de prisión para el ex

Juez José Charlín”; “Compre pampeano: Lanzan créditos”; “Subzona 14 II: Fiorucci fuera del Juicio”; “El ajuste no afectaría la obra de la Ruta Nacional 5”; “El Banco de La Pampa duplicó la venta de dólares”; “Uber quiere desembarcar en La Pampa”; “Trenes: Nación le pasa la pelota a Verna”; “Alpa será el nuevo rector de la UNLPam”; “Piden retirar la matrícula al médico Pérez Oneto”; “El Gobernador Verna desvinculó a Tierno como Ministro de Seguridad y asume hoy Julio González”.

“La científica Hebe Vessuri fue desafectada del Conicet”; “Pepe Mujica disertó en el encuentro de COLSECOR en Córdoba”; “El presidente Mauricio Macri anunció el retorno al FMI”; “Venezuela: Maduro ganó las elecciones”.

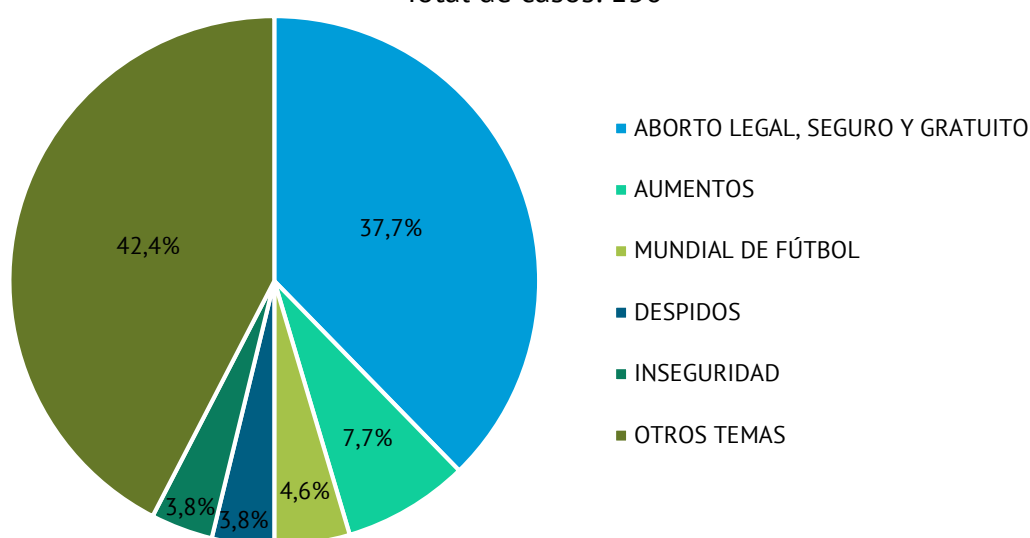
- **Temas televisivos de interés para asociadas y asociados**

En la última pregunta realizada en las encuestas exploratorias, se les brindó la libertad de mencionar al menos un tema noticioso correspondiente al último mes que consideren de interés personal, difundido o no en medios de comunicación locales, provinciales y/o nacionales. Un total de 130 asociadas y asociados mencionaron 56 temas televisivos: 59 casos – el 45.4 % - se corresponde con respuestas obtenidas por parte de hombres; 71 casos – el 54.6 % - con mujeres.

Los 5 temas noticiosos más mencionados representan el 57.6% de los casos y son los siguientes: Aborto Legal, Seguro y Gratuito, con posturas a favor y en contra del Proyecto de Interrupción Voluntaria del Embarazo (49 veces – 37.7% -); aumentos vinculados al dólar, luz, combustibles, gas, precios (10 veces – 7.7% -); Mundial de Fútbol 2018 en Rusia (6 veces – 4.6% -); despidos e inseguridad (5 veces – 3.8% -).

TEMAS NOTICIOSOS MENCIONADOS POR ASOCIADAS Y ASOCIADOS

Total de casos: 130



A nivel local, otros temas noticiosos mencionados por asociadas y asociados fueron la construcción y montaje del techo del Megaestadio; despidos en Calzar – La Pampa; espacios donde se difunda la técnica de Reanimación Cardiopulmonar en Santa Rosa; denuncia de estudiantes de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNLPam al docente Jorge Nemesio; realización de autopista en Santa Rosa; y asesinato de Diego Loza.

A su vez, dentro de temas televisivos correspondientes al ámbito provincial, se mencionaron la aparición nuevamente de enfermedades como Sífilis y Sarampión; problemáticas vinculadas al uso de Agrotóxicos; propuesta de conectividad de Triple Play para el sur y oeste de nuestra provincia; emergencia de Bronquiolitis; acuerdos provinciales para fortalecer la actividad tambera; problemática por el Río Atuel; ampliación de proyecto Escuelas “i” a otras instituciones educativas de La Pampa; suba de coparticipación para nuestra provincia; inspecciones por pérdida de gas; abordaje de la discapacidad en espacios educativos; falta de acceso a viviendas en La Pampa; mala praxis en salud pública a nivel provincial y aplicación de la Educación Sexual Integral.

También, fueron reflejados temas noticiosos correspondientes al ámbito nacional, entre ellos: aprobación por parte del Congreso de la Ley Justina; desempleo; despidos en Télam; cuadernos de las coimas K; decreto presidencial que disminuye las asignaciones familiares; polémica por retorno de las Fuerzas Armadas en asuntos internos; muerte de mujer policía baleada por motochorros; suba del dólar y tasas de interés en Bancos; rescate de niños y niñas de Tailandia atrapados en una cueva; reforma laboral; violencia de género; tratamiento de desafuero de Cristina Fernández de Kirchner; ajuste a Jubilados; corrupción en la Asociación del Fútbol Argentino (AFA); devaluación de moneda argentina; fusión entre Cablevisión y Telecom; incendio y muertes en escuela pública de Moreno; reforma de Código Penal de la Nación; aniversario de la desaparición de Santiago Maldonado; detención de Cristian “Pity” Álvarez; caso de Nahir Galarza; desaparición del ARA San Juan; regreso de hambre y trueque en la sociedad; recortes presupuestarios a universidades del país; situación actual de Villas Emergencias; despidos en Petrobras – Bahía Blanca; y aparición de nuevo planeta.

Es importante rescatar que, al ser consultadas y consultados por temas noticiosos correspondientes al último mes que consideren de interés personal, asociadas y asociados reiteraron temas que habían sido preguntados previamente, como los despidos en Senasa – La Pampa, los problemas en Santa Rosa vinculados a aguas y cloacas, la salida de Juan Carlos Tierno como Ministro de Seguridad de nuestra provincia, y el retorno al Fondo Monetario Internacional.

- **El medio y el público: comparación de temas televisivos de interés**

Como se precisa anteriormente, para reconocer el nivel de correspondencia entre la agenda mediática de CPETv Canal 2 y la agenda de la comunidad adherida al canal cooperativo, se observaron los temas televisivos transmitidos por el medio y, a su vez, se consultó a asociadas y asociados sus temas noticiosos de interés.

Tras realizar la comparación de temas televisivos de interés, se pueden extraer los siguientes resultados:

- Del total de temas noticiosos de interés mencionados por asociadas y asociados (56), 15 de ellos – 26.8% de los temas – fueron abordados por CPETv Canal 2 entre los días 4 de mayo y 4 de junio del corriente año, mes en el cual se observaron y seleccionaron los temas televisivos: despidos en Senasa y Agricultura Familiar – La Pampa; realización de obras por parte de la Municipalidad de Santa Rosa para solucionar problemas de aguas y cloacas; desvinculación de Juan Carlos Tierno como ministro de Seguridad de la provincia; retorno al Fondo Monetario Internacional; Aborto Legal, Seguro y Gratuito; aumentos vinculados al dólar, luz, combustibles, gas, precios; despidos, entre ellos, Calzar – La Pampa; problemática por el Río Atuel; suba del dólar y tasas de interés en Bancos; reforma laboral; violencia de género; devaluación de moneda argentina; regreso del “trueque”; recortes presupuestarios en universidades del país.
- Sin embargo, por fuera del lapso analizado, otros 27 temas noticiosos expresados por asociadas y asociados – 48.2% del total -, también formaron parte de la pantalla cooperativa este año: Mundial de Fútbol 2018 en Rusia; la construcción y montaje del techo del Megaestadio; espacios donde se difunda la técnica de Reanimación Cardiopulmonar en Santa Rosa; denuncia de estudiantes de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNLPam al docente Jorge Nemesio; realización de autopista en Santa Rosa; asesinato de Diego Loza; la aparición nuevamente de enfermedades como Sífilis y Sarampión; problemáticas vinculadas al uso de Agrotóxicos; emergencia de Bronquiolitis; acuerdos provinciales para fortalecer la actividad tambera; suba de coparticipación para nuestra provincia; inspecciones por pérdida de gas; abordaje de la discapacidad en espacios educativos; falta de acceso a viviendas en La Pampa; mala praxis en Salud

pública a nivel provincial; aplicación de la Educación Sexual Integral; aprobación por parte del Congreso de la Ley Justina; desempleo; despidos en Télam; cuadernos de las coimas K; decreto presidencial que disminuye las asignaciones familiares; polémica por retorno de las Fuerzas Armadas en asuntos internos; ajuste a Jubilados; fusión entre Cablevisión y Telecom; aniversario de la desaparición de Santiago Maldonado; desaparición del ARA San Juan; regreso de hambre.

- Es decir, 42 de los 56 temas televisivos de interés para el público asociado – 75% del total –, fueron abordados por el medio local entre los días 4 de mayo y 4 de junio del corriente año, como así también por fuera del lapso escogido para su análisis.

9.4 Selección de temas televisivos: valoraciones y percepciones

Sobre un total de 209 contenidos observados a través del canal de Youtube de CPETv Canal 2, se seleccionaron 5 temas televisivos que no sólo cuentan con mayor cantidad de vistas, sino que también se reiteran en otras noticias compartidas entre los días 4 de mayo y 4 de junio del corriente año, mes en el cual se observaron y seleccionaron los temas noticiosos. Los temas televisivos seleccionados para su consulta en las encuestas exploratorias, fueron los siguientes: despidos en Senasa y Agricultura Familiar – La Pampa, desvinculación de Juan Carlos Tierno como ministro de Seguridad de la provincia, realización de obras por parte de la Municipalidad de Santa Rosa para solucionar problemas de aguas y cloacas, uso terapéutico del cannabis con fines medicinales, y retorno al Fondo Monetario Internacional.

Si hablamos de valoraciones y percepciones, en este caso, del medio televisivo en cuestión, se puede volver a mencionar a Morley (1996), quien habla de un direccionamiento por parte de los emisores en la composición de un programa

televisivo para sugerir posibles interpretaciones de los hechos. Dentro de los ejemplos que el autor destaca, se encuentra el “título”.

De este modo, para descifrar las valoraciones y percepciones que mantiene CPETv Canal 2 sobre cada uno de los temas televisivos seleccionados, se analizaron nuevamente los títulos que asigna a cada una de dichas noticias.

- Sobre los despidos en Senasa y Agricultura Familiar – La Pampa, se observa una clara identificación y apoyo a las y los trabajadoras despididas y despedidos: “Despidos en reparticiones nacionales”; “Despidos con hasta 20 años de antigüedad”; “213 despidos en Senasa y 330 en Agricultura Familiar”; “Trabajadores repudian dichos de Trapaglia”, “La crueldad en la manera que nos despiden”.
- Si nos referimos a la desvinculación de Juan Carlos Tierno como ministro de Seguridad de la provincia, se contempla cierto respaldo a la medida anunciada por el gobernador de La Pampa: “Verna sacó a Tierno y designó a González”; “Buscará una relación ‘fluida’ con intendentes”; “Prensa: la información debe ser brindada”.
- Sobre los problemas de aguas y cloacas, el medio televisivo apoya los reclamos de las y los vecinas y vecinos y deja entrever la falta de obras por parte del municipio capitalino: “Vecina reclama por obra sin concluir”; “Con problemas de agua y cloacas”; “Denuncian que el agua está contaminada”; “Rompieron la vereda por un medidor de agua”; “Esto nos trae todo tipo de problemas”; “En el 2014 la MSR tenía que hacer la obra”.
- Otro de los temas noticiosos seleccionados consiste en la solicitud de la legalización del auto cultivo del cannabis con fines medicinales. Uno de los títulos asignados que demuestra la coincidencia del canal cooperativo con el reclamo, es el siguiente: “Suprimí 6 pastillas por 2 gotitas”.
- Por último, CPETv Canal 2 visibiliza una reacción negativa a la medida anunciada por Mauricio Macri en relación al retorno al Fondo Monetario Internacional: “El país se endeudó en 50 mil millones”; “Volver al FMI: Me

parece repetir una historia”; “Argentina vuelve a depender del FMI”; “Disparada del dólar y más deuda”; “Macri pide ‘ayuda’ al Fondo Monetario”.

Del mismo modo, asociadas y asociados fueron encuestadas y encuestados para conocer valoraciones y/o percepciones acerca de dichos temas televisivos. Cabe mencionar que las preguntas fueron contestadas por todas las personas encuestadas, consuman o no los servicios informativos del canal cooperativo.

121 asociadas y asociados – un 75.6% de los casos – están de acuerdo con los reclamos de los trabajadores que fueron despedidos en Senasa y Agricultura Familiar, en La Pampa, quiénes exigen al gobierno nacional ser reincorporados en sus puestos de trabajos. 30 de ellas y ellos – un 18.8% de los casos - no supieron / no quisieron contestar, y 9 – un 5.6% de los casos -, se mostraron en desacuerdo.



Otro de los temas televisivos que contó con opiniones fue el siguiente: el gobernador de La Pampa, Carlos Verna, desvinculó a Juan Carlos Tierno como Ministro de Seguridad de la Provincia. ¿Está de acuerdo con la decisión? Un 45.6% respondió que está de acuerdo (73 casos), el 33.8% mencionó que no coincide con la decisión tomada por el gobernador (54 casos), y un 20.6% no supo / no quiso contestar (33 casos).



Un 80% de las y los asociadas y asociados (128 casos) cree que la Municipalidad de Santa Rosa no realiza las obras adecuadas para solucionar problemas de aguas y cloacas en barrios afectados de la ciudad, como, por ejemplo, el Barrio Butaló. El 11.9% (19 casos) no supo / no quiso contestar. Solo un 8.1% de las y los encuestadas y encuestados (13 casos) respondieron a favor del municipio capitalino.



“Vecinos de la capital pampeana marcharon por el uso terapéutico del cannabis. Solicitan la legalización del auto cultivo con fines medicinales. ¿Coincide con el reclamo?”, fue otra de las preguntas efectuadas a asociadas y asociados al canal cooperativo de Santa Rosa. 117 personas – el 73.1% de los casos - están de acuerdo con la legalización del auto cultivo con fines medicinales, 24 asociadas y asociados – el 15% de los casos – no supo / no quiso contestar, y sólo 19 - el 11.9% - no se mostró a favor.



Dentro de los temas televisivos observados y seleccionados, se encuentra el retorno al Fondo Monetario Internacional para iniciar negociaciones y obtener ayuda financiera, por parte de Mauricio Macri. En base a las respuestas de las 160 personas consultadas, se puede destacar que al 66.2% (106 casos) no le parece correcta la medida económica, el 24.4% (39 casos) optó por Ns / Nc, y sólo el 9.4% (15 casos) consideró correcta la medida anunciada por el Presidente.



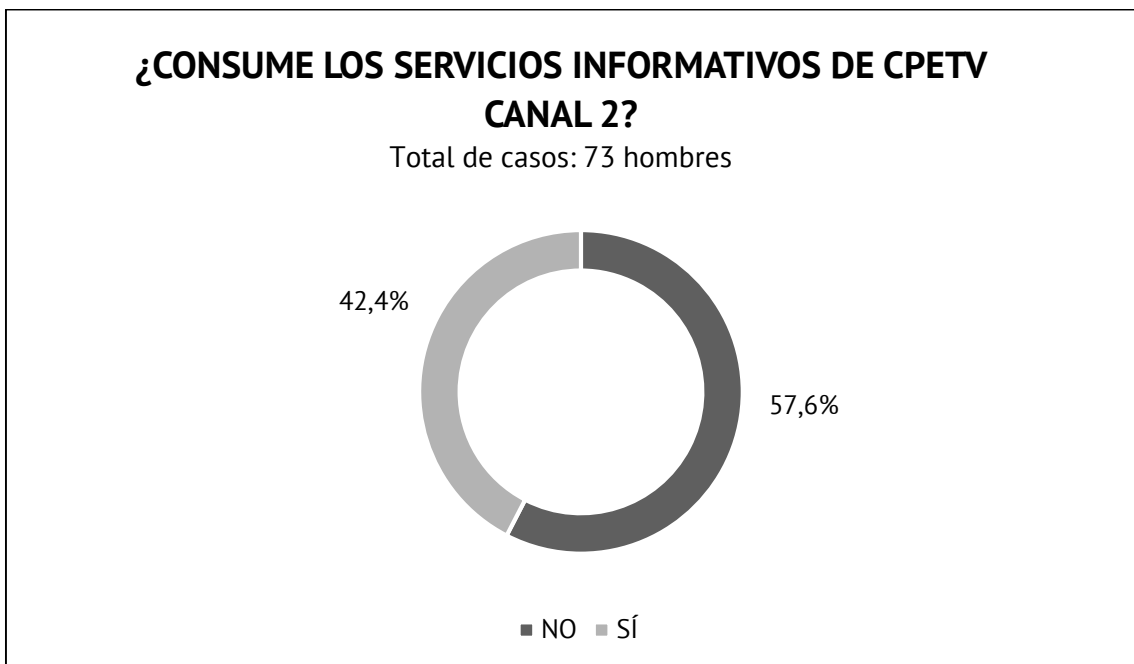
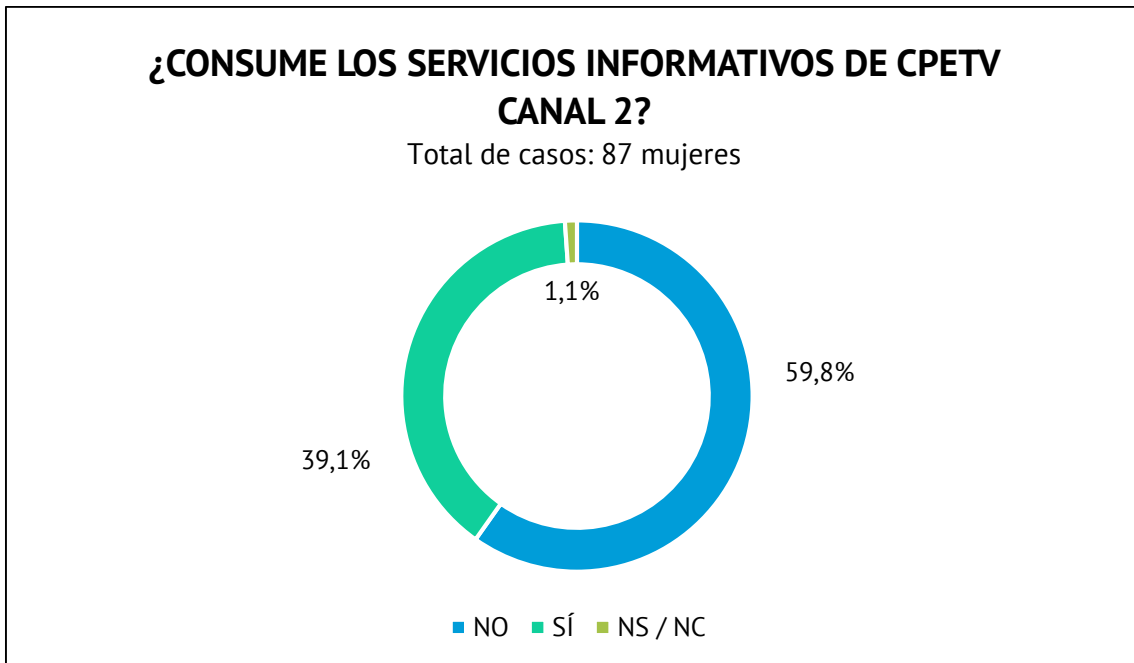
9.5 La comparación de dos variables

Según Rey Lennon, F.; Piscitelli Murphy, A. P. (2004), en función de los objetivos de la encuesta, puede resultar interesante “cruzar” variables, es decir, examinar si las respuestas dadas a una pregunta guardan o no relación con las dadas a otra pregunta. Según el tipo de variables utilizado, es decir, si se cruzan preguntas cualitativas o cuantitativas, pueden presentarse diversos casos particulares para verificar la existencia de una relación.

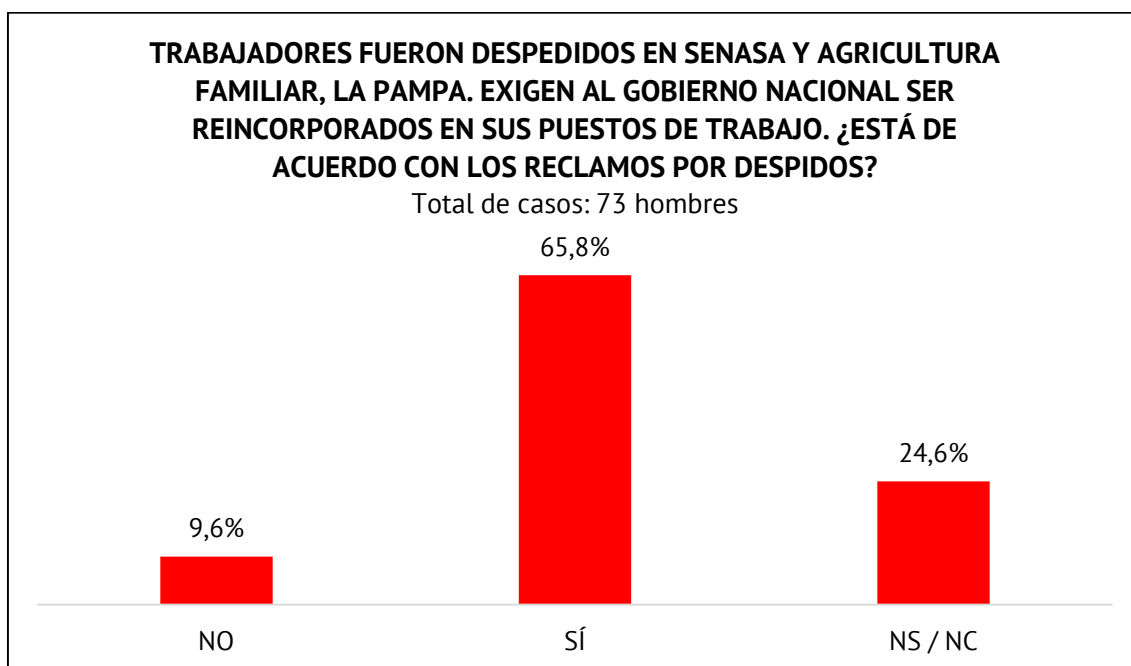
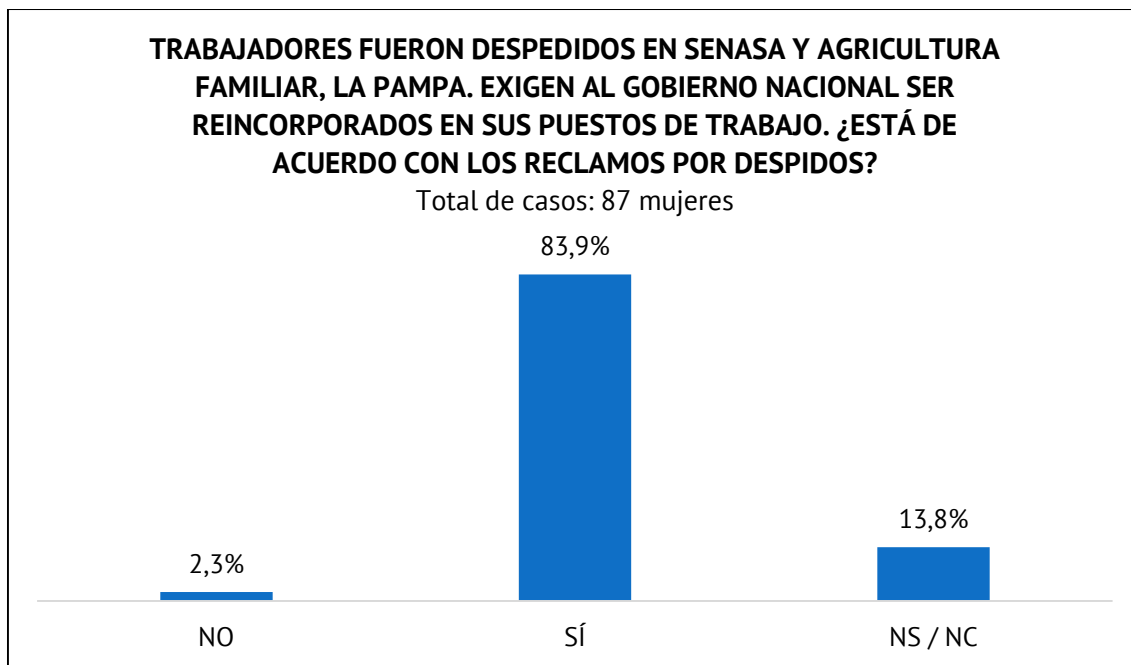
En el presente Trabajo Final, se cruzó la variable “Género”, por un lado, con el consumo de los servicios informativos de CPETv Canal 2, y por el otro, con la valoración y/o percepción que mantienen en relación a cada uno de los temas televisivos que fueron seleccionados para su análisis. Si bien la comparación de variables no forma parte de los objetivos general y específicos de la investigación efectuada, permite enriquecer y problematizar la propuesta desarrollada.

A continuación, la representación gráfica de los resultados obtenidos.

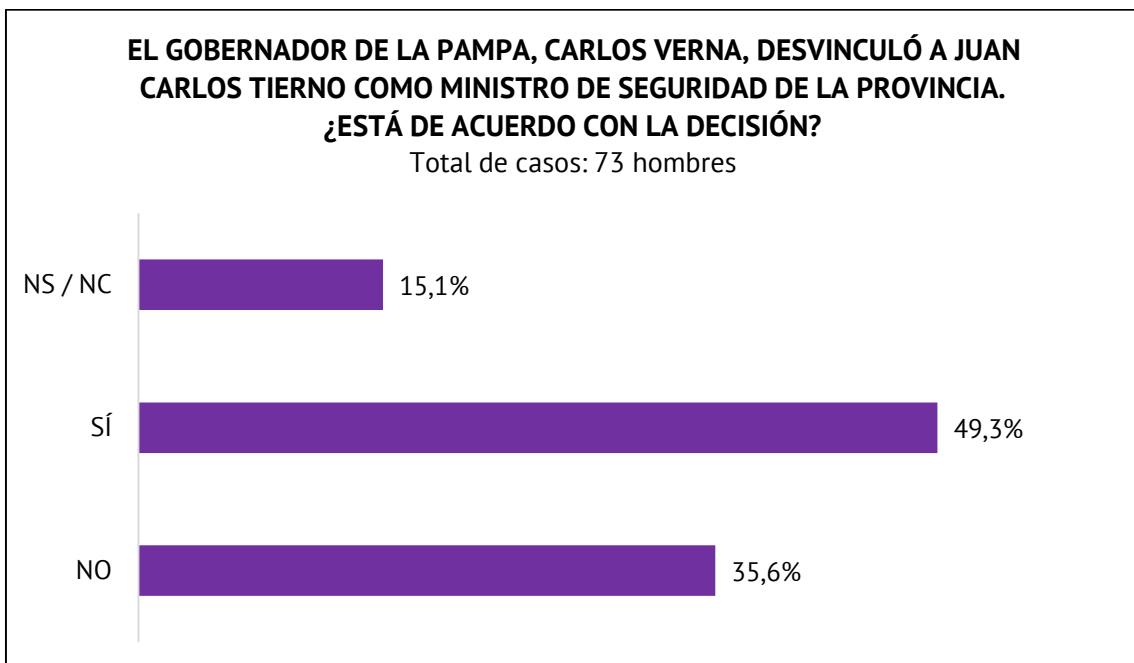
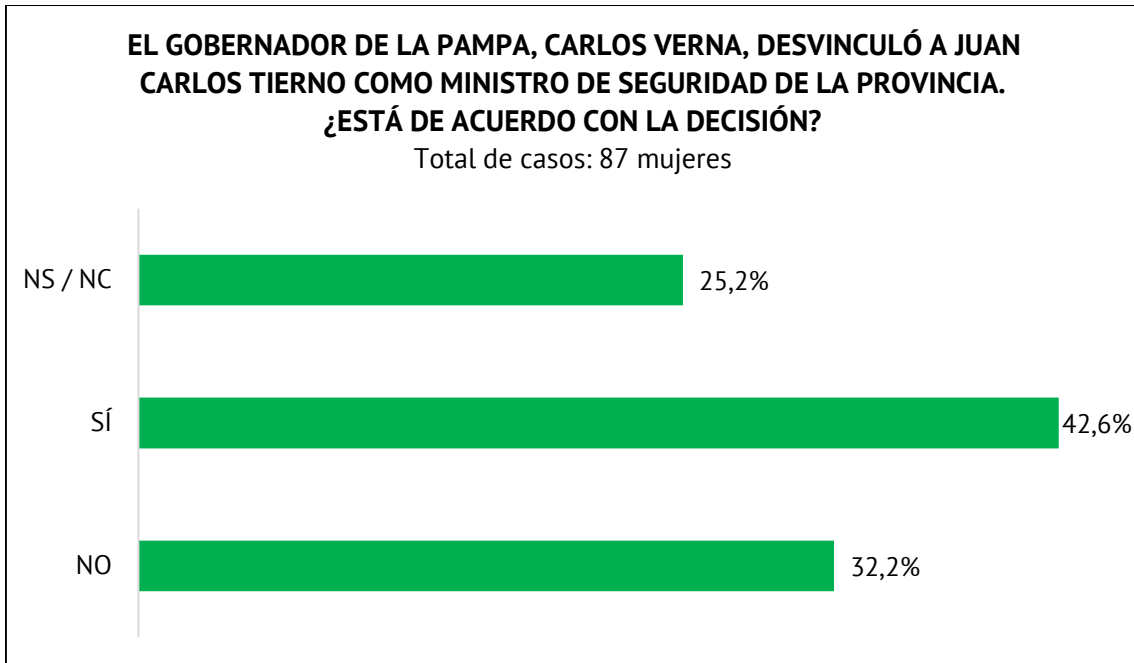
Género / ¿Consume los servicios informativos de CPETv Canal 2?



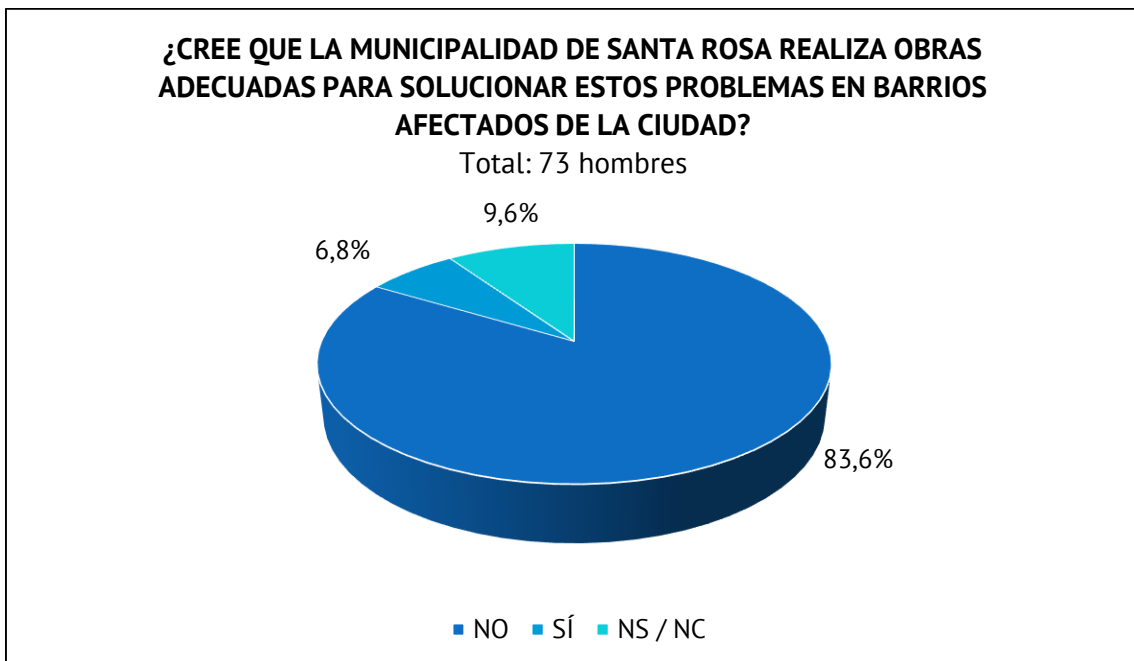
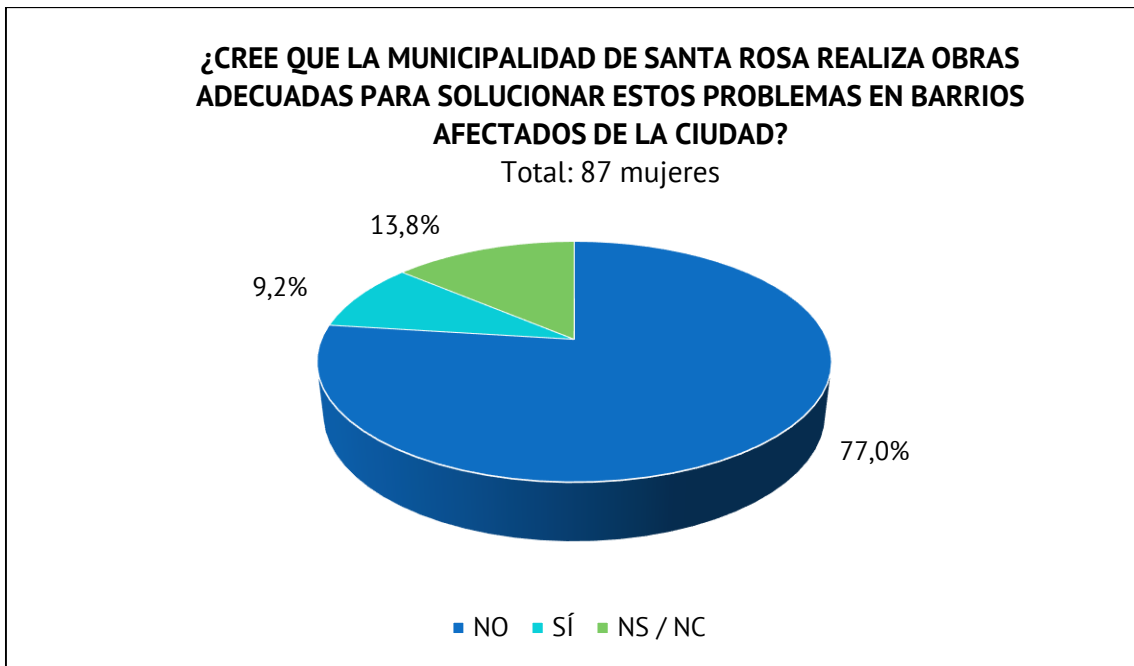
Género / Trabajadores fueron despedidos en Senasa y Agricultura Familiar, La Pampa. Exigen al Gobierno Nacional ser reincorporados en sus puestos de trabajo. ¿Está de acuerdo con los reclamos por despidos?



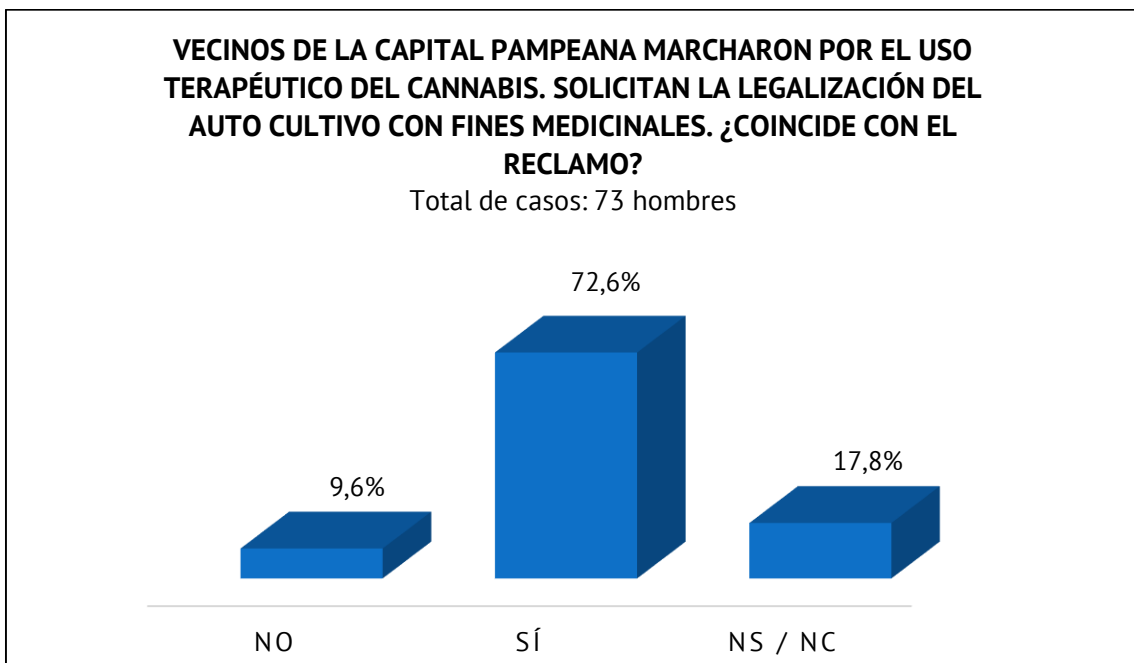
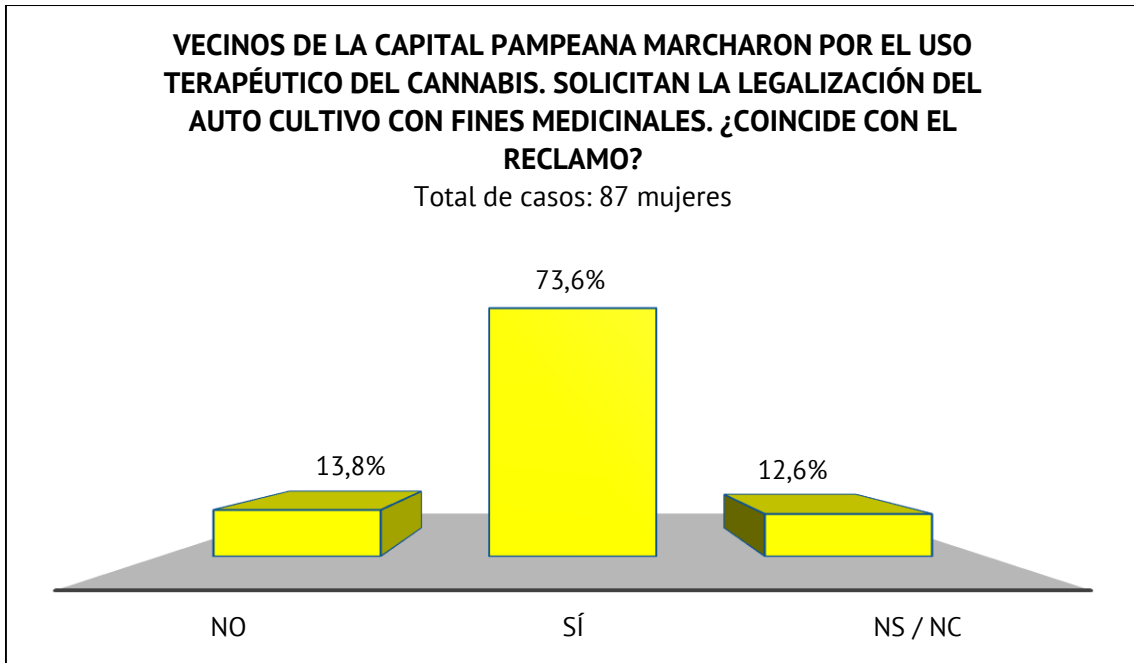
Género / El Gobernador de La Pampa, Carlos Verna, desvinculó a Juan Carlos Tierno como Ministro de Seguridad de la Provincia. ¿Está de acuerdo con la decisión?



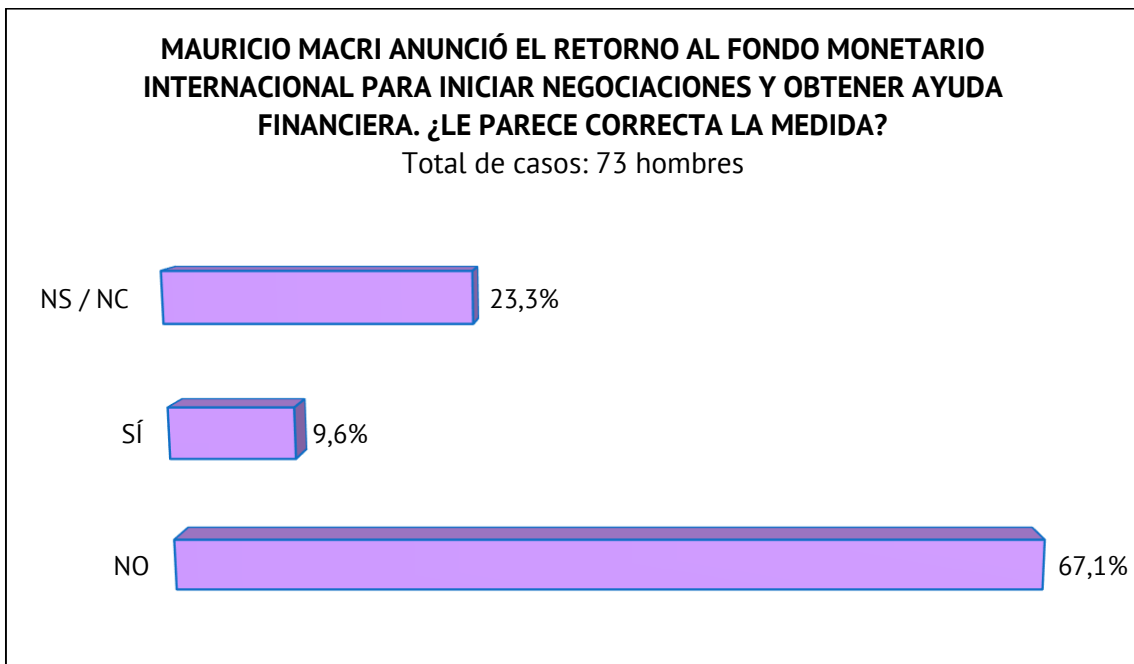
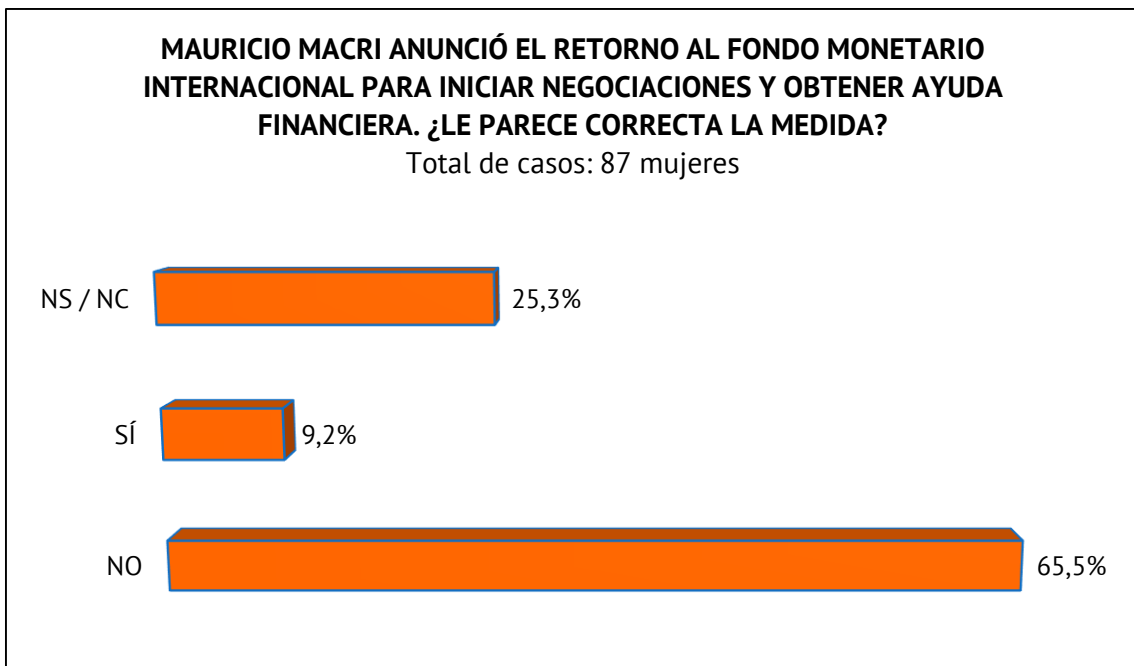
Género / Vecinos del Barrio Butaló denunciaron problemas de agua y cloacas, y no obtuvieron respuestas por parte del municipio. ¿Cree que la Municipalidad de Santa Rosa realiza obras adecuadas para solucionar estos problemas en barrios afectados de la ciudad?



Género / Vecinos de la capital pampeana marcharon por el uso terapéutico del cannabis. Solicitan la legalización del auto cultivo con fines medicinales. ¿Coincide con el reclamo?



Género / Mauricio Macri anunció el retorno al Fondo Monetario Internacional para iniciar negociaciones y obtener ayuda financiera. ¿Le parece correcta la medida?



10 Conclusiones

A manera de balance del Trabajo Final realizado, es posible expresar una serie de observaciones acerca del medio televisivo, sus temas noticiosos y el comportamiento de asociadas y asociados a la entidad cooperativa.

¿Cómo inciden los temas que se difunden en los servicios informativos de CPETv, en la formación de la opinión pública de asociadas y asociados?, es la pregunta de investigación inicial que se planteó el presente Trabajo Final. Para brindar una primera respuesta, se puede decir que existe una alta identificación y coincidencia entre ambas agendas noticiosas, y una incidencia positiva del medio televisivo en asociadas y asociados al canal cooperativo: los temas televisivos que interesan y preocupan a las personas encuestadas, forman parte de la información que comparte el canal cooperativo.

Desde aquel 5 de julio de 2012, fecha en la cual se inauguró el canal cooperativo en la ciudad de Santa Rosa, es posible constatar que CPE Noticias Mediodía y CPE Noticiero Edición Central, emisiones informativas diarias de CPETv Canal 2, ofrecen un amplio abanico de noticias locales, provinciales y nacionales vinculadas a situaciones que suceden a diario en la comunidad. No solo se refleja la agenda mediática común de los medios de información y comunicación, sino que también se le da voz a vecinas y vecinos de acuerdo a sus inquietudes y preocupaciones personales. Aquí se ponen en práctica los valores institucionales de la CPE, relacionados con una entidad popular arraigada en la comunidad local que garantiza que asociadas y asociados tengan acceso y participación en la labor diaria de la institución, y así fomentar el cooperativismo en la capital pampeana.

Para conocer las valoraciones y percepciones que mantienen asociadas y asociados a los servicios informativos que ofrece CPETv Canal 2, en relación a los temas televisivos que difunden a diario, fueron realizadas 160 encuestas exploratorias mediante un muestreo no probabilístico – accidental. A la hora de resolver los cuestionarios, se contó con mayor predisposición de mujeres para ser consultadas sobre cuestiones vinculadas al medio televisivo local. Si hablamos de

medios gráficos y/o audiovisuales que utilizan las personas encuestadas para informarse a diario, se puede afirmar que la televisión aún lidera como medio escogido por asociadas y asociados para enterarse lo que sucede a diario en los ámbitos local, provincial y nacional (76.3% de los casos). De todas formas, el innegable avance de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, se visibilizó en un alto porcentaje de encuestadas y encuestados, (66.9%), quienes mencionaron que también utilizan medios digitales para informarse cotidianamente.

Si nos referimos específicamente al consumo de los servicios informativos que brinda CPETv Canal 2, un 58.8% afirmó que no mira las ediciones centrales, mientras que un 40.6% manifestó que observa las emisiones informativas. Dentro de ellas, la más vista es CPE Noticiero Edición Central.

Dentro de las 160 personas encuestadas, son 65 - 40.6% - quienes consumen los servicios informativos de la CPE. La mitad de ellas y ellos lo realiza entre 2 o 3 veces por semana, en su mayoría a través de la televisión. Este último dato resulta llamativo ya que un 66.9% de las y los asociadas y asociados utiliza medios digitales para informarse a diario, por lo que las ediciones centrales también podrían ser vistas por Facebook Live de CPETv Canal 2 o el sitio web oficial de la entidad solidaria.

Más de la mitad de aquellas personas que consumen las emisiones informativas calificaron entre 7 y 8 puntos a las ediciones centrales en relación a los temas noticiosos que difunden a diario. Aquí, ya es posible observar una importante vinculación de asociadas y asociados con la información que comunica el canal cooperativo.

¿Es alto el nivel de correspondencia entre la agenda mediática de CPETv Canal 2 y la agenda de la comunidad? Se puede afirmar que sí. Tras la observación de los temas televisivos transmitidos por el medio durante un determinado lapso y, a su vez, consultar a asociadas y asociados sus temas noticiosos de interés, la comparación

de ambas agendas permitió interpretar que un 75% (42 noticias) de los temas mencionados por el público encuestado, formaron parte de la pantalla cooperativa. Entre ellos, se encuentran posturas a favor y en contra del proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo; aumentos vinculados al dólar, luz, gas, combustibles y precios en comercios; Mundial de fútbol en Rusia; despidos e inseguridad.

Dicha pertenencia se hace aún más notoria cuando se les consulta sobre valoraciones y percepciones que mantienen en relación a determinados temas televisivos que socializó el canal de la Cooperativa. El medio televisivo en cuestión, a través de los títulos que asigna a dichas noticias, demostró un claro respaldo a cada uno de los sujetos, hechos y actividades que formaron parte de sus emisiones informativas. Del mismo modo, las respuestas obtenidas de asociadas y asociados en cada uno de los temas televisivos, demuestran grandes coincidencias entre los intereses y preocupaciones del medio televisivo y el público encuestado.

Un 75.6% está de acuerdo con los reclamos por los despidos efectuados en Senasa y Agricultura Familiar – La Pampa; un 45.6% coincide con la decisión del gobernador de La Pampa, Carlos Verna, en desvincular al ex Ministro de Seguridad de la Provincia, Juan Carlos Tierno; un 80% está de acuerdo con visibilizar los problemas de agua y cloacas que afectan a barrios de la ciudad de Santa Rosa, sobre los cuáles creen que el municipio capitalino no lleva a cabo las obras adecuadas para solucionarlos; un 73.1% coincide con el reclamo de vecinos y vecinas de la capital pampeana en base a la legalización del auto cultivo de cannabis con fines medicinales; y a un 66.2% no le parece correcta la medida adoptada por Mauricio Macri basada en iniciar negociaciones y obtener ayuda financiera por parte del Fondo Monetario Internacional.

Con el fin de obtener datos que brinden una aproximación más rica e interesante en base a las opiniones de asociadas y asociados sobre su consumo televisivo, y las valoraciones y percepciones que mantienen sobre los temas televisivos que

comunica CPETv Canal 2, se llevó a cabo la combinación de variables, para indagar si las respuestas dadas a una pregunta, guardaban o no relación con las obtenidas en otra. De esta forma, sobre el total de casos logrados, se pueden mencionar las siguientes afirmaciones:

- ⌘ Más hombres que mujeres, consumen los servicios informativos de CPETv Canal 2. En un 42.4% de las encuestas que corresponden al género masculino, se afirmó que miran las ediciones centrales. Del mismo modo, un 39.1% de los casos que pertenecen al género femenino.
- ⌘ Si nos referimos a las valoraciones y percepciones que mantienen sobre los temas televisivos que comunica CPETv Canal 2, un 83.9% de las mujeres consultadas manifestó estar de acuerdo con los reclamos por despidos de trabajadores en Senasa y Agricultura Familiar, Pampa; mientras que en el caso de los hombres el porcentaje alcanzado fue un 65.8%.
- ⌘ Un 49.3% de los casos correspondientes al género masculino demostró estar de acuerdo con la decisión que tomó el gobernador de La Pampa, Carlos Verna, en desvincular a Juan Carlos Tierno como Ministro de Seguridad de la Provincia; y un 42.6% si nos referimos a las encuestas realizadas por personas que forman parte del género femenino.
- ⌘ En relación a la pregunta “Vecinos del Barrio Butaló denunciaron problemas de agua y cloacas, y no obtuvieron respuestas por parte del municipio. ¿Cree que la Municipalidad de Santa Rosa realiza las obras adecuadas para solucionar estos problemas en barrios afectados de la ciudad?”, las respuestas negativas corresponden a un 83.6% de los hombres, y un 77% de las mujeres.
- ⌘ La pregunta que alcanzó mayor paridad en cuanto a sus respuestas, fue la siguiente: “Vecinos de la capital pampeana marcharon por el uso terapéutico del cannabis. Solicitan la legalización del auto cultivo con fines medicinales. ¿Coincide con el reclamo?”. Manifestaron estar a favor un 73.6% de mujeres y un 72.6% de hombres.

∞ Por último, se les consultó si les parece correcta la medida económica anunciada por el Presidente Mauricio Macri relacionada con el retorno al Fondo Monetario Internacional, para iniciar negociaciones y obtener ayuda financiera. De acuerdo a cada género, sobre el total de casos obtenidos, un 65.5% de las mujeres y un 67.1% de los hombres, se mostraron en desacuerdo.

En definitiva, se puede constatar que la investigación efectuada brindó la posibilidad a aquella parte de la comunidad que mantiene los servicios televisivos que presta la Cooperativa de Santa Rosa, a que emitan su opinión sobre la relación que presentan con CPETv Canal 2 y los diversos temas noticiosos que se plasman en las emisiones informativas diarias.

El nivel de correspondencia entre la agenda mediática de CPETv Canal 2 y la agenda de asociadas y asociados también debe ser valorado en relación a que el canal de televisión de la Cooperativa Popular de Electricidad, Obras y Servicios Públicos de Santa Rosa se encuentra inmerso en un cruce permanente de mensajes y referencias donde colisionan todos los medios de comunicación. A la hora de conceptualizar a los estudios de recepción, es Gómez Orozco (2006) quien nos invita a entender la diversidad de mediaciones posibles en los procesos de recepción a partir de la consideración de cada uno de los escenarios por donde transcurre el proceso comunicacional.

Por último, como se resalta en la estrategia metodológica empleada, las tendencias registradas en el Trabajo Final deben ser analizadas de manera cuidadosa ya que representan opiniones diversas de un sector de la sociedad de Santa Rosa adherida a CPETv Canal 2, por lo que es aconsejable la implementación de un muestreo más representativo en nuevas investigaciones que reconozcan e interpreten las visiones de la comunidad sobre el accionar de una determinada organización solidaria.

11 Anexos

Los siguientes elementos se encuentran en formato digital y se agregan adjuntos al presente Trabajo Final en CD / DVD.

- Carpeta 1: Versión digital del Trabajo Final.
- Carpeta 2: Encuestas realizadas (160).
- Carpeta 3: Matriz de datos en Excel.
- Carpeta 4: Resultados obtenidos en IBM SPSS Statistics 22.
- Carpeta 5: Publicaciones mensuales y gratuitas de la CPE (“Nuevo 1ro de Octubre”) – año 2012.

12 Bibliografía

- Gómez, Guillermo Orozco. (2006). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos.
- Morley, David. (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales, Amorrortu, Buenos Aires, pp. 111-147.
- McCombs, Maxwell: Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento, 2004. Ed. cast.: Barcelona, Paidós, 2006. Cap. 1 “Influir en la opinión pública”, págs. 23 a 54.
- Young, Kimball: “Opinión pública” (fragmento) en Young, K. y otros: La opinión pública y la propaganda, México, Paidós, 1999-reimpresión-, págs. 7 a 34.
- Bericat, E. (1999). La integración de métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Significado y Medida. Barcelona, Ariel.
- Vieytes, R. (2004). Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas. Buenos Aires, Editorial de las Ciencias.
- Rey Lennon, F.; Piscitelli Murphy, A. P. (2004). Pequeño manual de encuestas de opinión pública. Buenos Aires, Editorial La Crujía.



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**



UNLPam
Universidad Nacional de La Pampa